اردو

صفحات 163

مواصلاتی مہارات

کمیونکیشن اسکلز

(برائے بی یو ایم ایس طلباء)

COMMUNICATION SKILLS

(For BUMS Students)



سید نثار احمد

(احمد نثار)

کمیونکیشن اسکلز

Communication Skills

کمیونکیشن اسکلز برائے طلباء طب یونانی

مشہور مفکر ارسطو کہتا ہے کہ ''فطری طور پر انسان ایک سماجی جانور ہے، اور سماج انسان کو پیش پیش رکھتا ہے''۔ انسان اپنی ساری زندگی سماج میں گزارتا ہے جو کہ ایک انسانی گروہ پر مبنی ہے۔ ایک انسان دوسرے انسان سے سماجی طور پر جڑا ہوا ہے، اور اسے سماج سے جوڑے رکھنے والی مضبوط کڑیوں میں سے ایک کڑی ہے کمیونکیشن۔ بغیر کمیونکیشن کے سماج گونگا بھی نہیں کہلاتا کیونکہ گونگوں کی بھی اشاروں والی زبان ہوتی ہے۔

طبی پیشہ میں بھی کمیونکیشن اہم ہے۔ اور اس کمیونکیشن کو حاصل کرنا سماج سے ارتباط کی ضمانت ہے۔ اسی ضمن میں سی سی آئی یم نے بی یو یم یس طلباء کے لئے کمیونکیشن اسکلز کو ضروری محسوس کیا اور نصاب میں شامل کیا۔

بلحاظ نصاب اس کتاب میں ۷ ابواب ہیں جو اردو اور انگریزی زبانوں میں پیش کئے گئے ہیں۔

World Health Organization عالمی ادارہ صحت

کے مطابق انسان کے دس 10 اہم لائف اسکلز ہیں۔

۱۔ خودشناسی	Self-awareness
۲۔ ہمدردی	Empathy
۳۔ تنقیدی سوچ	Critical thinking
۴۔ تخلیقی سوچ	Creative thinking
۵۔ فیصلہ سازی	Decision making
۶۔ مسئلہ کو حل کرنا	Problem Solving
۷۔ مؤثر مواصلات	Effective communication
۸۔ بین ذاتی تعلقات	Interpersonal relationship
۹۔ تناؤ سے نپٹنا	Coping with stress
۱۰۔ جذبات سے نپٹنا	Coping with emotion

ان دس لائف اسکلز میں سے چار اسکلز کا ذکر و استعمال اس کتاب میں ہوا ہے۔

۱۔ خودشناسی	Self Awareness
۲۔ مؤثر مواصلات	Effective communication
۳۔ بین ذاتی تعلقات	Interpersonal Relationship
۴۔ جذبات سے نمٹنا	Coping with Emotion

Chapter - 1

انٹر پرسنل کمیونکیشن اسکلز

(بین ذاتی مواصلات، مہارات یا مہارتیں)

Interpersonal Communication Skills

انٹر پرسنل کمیونکیشن اسکلز کو جاننے سے پہلے یہ دیکھتے ہیں کہ کمیونکیشن کسے کہتے ہیں اور اس کی تعریف کیا ہے۔

کمیونکیشن ،اس کی تعریف وتشریح اور وضاحتیں

Definition of Communication

کمیونکیشن کو اردو میں مواصلات کہتے ہیں۔ کمیونکشین کے تصور میں زبانی کمیونکشین ، غیر زبانی کمیونکیشن اور باڈی لینگویج اہم ہیں۔

ویسے کمیونکیشن کو لے کر کوئی خاص اور مستند مطالعہ نہیں ہوا ہے۔ مگر لائف اسکلز ایکسپرٹز (Life skills experts) نے اپنے اپنے خیالات کا اظہار کیا ہے جو بنیادی طور پر درست

لگتے ہیں اس لیے انہیں روزمرہ کی زندگی میں تسلیم کیا گیا ہے۔
بین الاقوامی ادارہ یونیسکو UNESCO بھی اس کی تشریح مکمل طور پر نہیں کر پایا ہے۔

کمیونکیشن اور انٹر پرسنل اسکلز

Communication and Interpersonal Skills

بین الاقوامی ادارہ UNESCO (United Nations Educational Cultural and Scientific Organization) کے مطابق انٹر پرسنل کیمونکیشن اسکلز کی تشریح یا وضاحت یوں ہے؛

☆ زبانی یا غیر زبانی کیمونکیشن۔ Verbal/Nonverbal communication

☆ متحرک سماعت۔ Active listening

☆ اپنے جذبات کا اظہار بلا تنقید، فیڈ بیک لینا اور دینا،

Expressing feelings; giving feedback (without blaming) and receiving feedback

جیسے میدانوں میں ضروری اسکلز کو کیمونکیشن اور انٹر پرسنل اسکلز کہتے ہیں۔
ایسی صورت میں مواصلات کی اہمیت کو مدنظر رکھتے ہوئے اس کا مطالعہ کرنا ضروری ہے۔

In Urdu, communication can be called as "Muasalat". Better to take the term concretely "Muasalat" Till today there is no specific definition has been given to the term communication, because of its vast scope. The studies are still going on. The experts of Life Skills have given their view and definition according to their perception.

they appear logically fit, hence these definitions have been adopted as common definitions.

Even the organization like UNESCO, has not given clear definition. Hence the most fit definition by the life skills, inter-personal communication skills experts, has been taken into consideration and widely used.

مواصلات کسے کہتے ہیں؟

انسان کیلئے اپنی روزمرہ کی زندگی میں جہاں پر وہ کام کرتا ہے، وہاں اپنی بات کو واضح طور پر ترسیل کرنا اور ترسیلات کی مہارتیں رکھنا ضروری ہے۔اس فعل کو مواصلات کہتے ہیں۔

انٹر پرسنل کمیونیکیشن اسکلز کیا ہیں؟

انٹر پرسنل اسکلز Interpersonal Skills

انٹر یعنی بین، پرسنل یعنی ذاتی یا شخصی، اسکلز یعنی مہارتیں یا صلاحیتیں

فقرہ ''بین الاقوام'' یا پھر ''بین الاقوامی'' جسے انگریزی میں International کہتے ہیں، اس فقرے میں، بین کے معنی درمیان اور اقوام کے معنی ممالک کے لے سکتے ہیں۔

بین الاقوامی کے معنی ''اقوام کے درمیان متحدہ طور پر'' لیا جا سکتا ہے۔

ٹھیک اسی طرح Interpersonal (انٹر پرسنل) کے معنی بین ذاتی یا بین شخصیاتی کے لیا جا سکتا ہے۔ مکمل طور پر ''شخصیات کے درمیان باہمی طور پر'' بھی لیا جا سکتا ہے۔

کمیونکیشن کیا ہے؟

اگر کوئی شخص کسی دوسرے شخص تک خبر رسائی، ارسال پیغام، ترسیل خیالات وغیرہ کرتا ہے تو اسے کمیونکیشن یا مواصلات کہتے ہیں۔ یعنی؛

☆ دو شخصوں کے درمیان

☆ دو گروپوں کے درمیان

☆ ایک شخص اور ایک گروپ کے درمیان

ہونے والی بحث، گفتگو، تکرار و دیگر تبادلہ خیالات کو انٹر پرسنل کمیونکیشن کہتے ہیں۔ اور ان مباحثوں میں مستعمل شدہ مہارات، صلاحیتوں کو انٹر پرسنل کمیونکیشن اسکلز کہتے ہیں۔

انٹر پرسنل کمیونکیشن کے لیے ان عناصر کا ہونا ضروری ہے۔

۱۔ مُرسِل (Sender)

۲۔ وصول دہندہ (Receiver)

۳۔ پیغام یا اطلاع (Message)

۔ پس منظر یا کانٹیکسٹ (Context)

۔ آراء یا فیڈ بیک (Feedback)

۔ ذرائع ابلاغ، چینل یا ترسیلی ذرائع (Media Channel)

کمیونیکیشن یا مواصلات کی بنیادی باتیں

(BASICS OF COMMUNICATION)

کمیونیکیشن کا تصور (Concept of communication):

لفظ کمیونیکیشن لاطینی لفظ communicate سے ماخوذ ہے۔ جس کے معنی ہیں 'عام کرنا'، 'ارسال کرنا' یا 'اپنے خیالات، جذبات، معلومات اور آداب کو دوسروں تک پہنچانا'۔ جس کو اردو میں مواصلات کہتے ہیں۔

کئی لغات اس فقرے کی یوں تعریف کرتے ہیں کہ، مؤثر اطلاعاتی مہارتوں میں 'لبوں کو پڑھنا، انگلیوں سے گننا یا ہجا کرنا، اشاریہ طور پر خیالات کا اظہار، اور بین ذاتی مہارات سے بین شخصی رشتوں کو قائم کرنا'۔

مؤثر اطلاعاتی یا ترسیلی مہارتوں کا مطلب زبان کا استعمال اور معلومات کا اظہار اور ان کی صلاحیتوں کا مرکب ہے۔

مؤثر مواصلات (Communication) اسکلز یا مہارتیں ان مہارتوں کا مرکب ہے جو اشخاص کو انفارمیشن پہنچانے کی صلاحیت مہیا کرتا ہو جس کو حاصل بھی کرسکیں اور سمجھ بھی سکیں۔ مؤثر کمیونکیشن اسکلز اشخاص کے درمیان حسنِ سلوک کا ایک بہترین اظہار بھی ہوتے ہیں۔

ہر شخص کو چاہیے کہ وہ اپنے خیالات کی ترسیل بالترتیب اور باصلاحیت کرے، اس کے لیے اس کے پاس پیغام رسائی کا معیاری طریقہ موجود ہونا چاہیے۔ یہ پیغام پہنچانے کا میدان چاہے انفرادی سطح پر ہو یا پھر پیشہ ورانہ۔

مینیجمنٹ (Management) کے ماہرین کا کہنا ہے کہ پیغام پہنچانے کا بہترین طریقہ کار رکھنے والا شخص آدھی جنگ جیت لیتا ہے۔ آخر کار یہ بات ثابت ہو چکی ہے کہ اگر کلام اچھا کیا جائے اور غور سے سنا جائے تو غلط فہمیوں کی کوئی گنجائش باقی نہیں رہتی۔ اس سے یہ بات اخذ کی جا سکتی ہے کہ غلط فہمیاں تب ہی جنم لیتی ہیں جب کسی بات کو اچھی طرح یا واضح طور پر نہیں کہا جائے اور اس بات کو غور و خوض سے نہ سنا جائے۔

مؤثر کمیونیکیشن اسکلز ہر فرد واحد کو جتنے اہم ہیں، اسی طرح ٹیم کو ٹیم کمیونیکیشن اسکلز اہم ہیں۔

Definition : The word communication is derived from the Latin word "communicate" which means to make common, to transmit or to impart the ideas, knowledge, feelings, emotions and gestures. According to the various authentic dictionaries the definition of effective communication skills are as follows; "An effective communication skill includes lip reading, finger-spelling, sign language, for interpersonal skills use, interpersonal relations."

Effective communication skills are the ability to use language (receptive) and express (expressive) information.

Effective communication skills are the set of skills that enables a person to convey information so that it is received and understood well. Effective communication skills refer to the repertoire of

behaviours that serve to convey information for the individual.

Every individual needs to be well equipped with the tools to communicate effectively, whether it is on the personal front or at work. In fact, according to the management experts, "being a good communicator is half the battle won". After all, if one speaks and listens well, then there is little or no scope for misunderstanding. Thus keeping this fact in mind, the primary reasons for misunderstanding is due to inability to speak well, or listen effectively. Effective communication skills is a must whether it is individual or a team or organization.

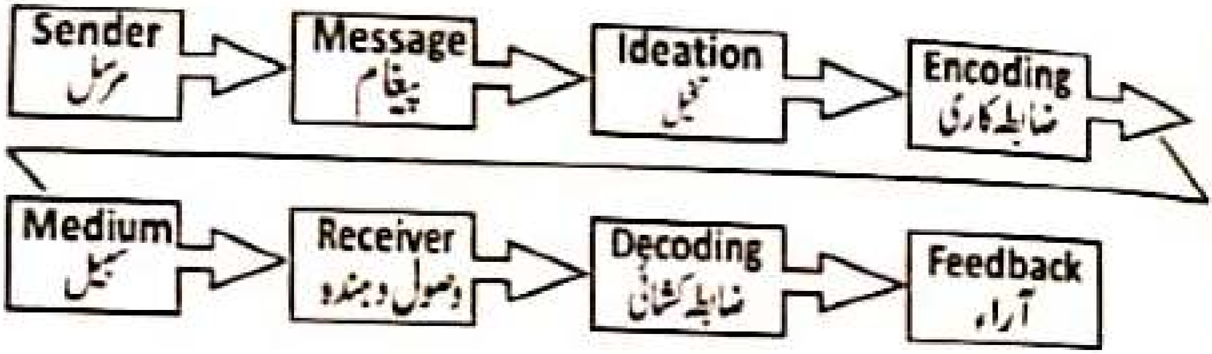
کمیونکیشن کا طرزِ عمل (Process of communication)

مواصلاتی عمل یا کمیونکیشن کا طرزِ عمل دورُخی عمل ہے، جس میں باہمی طور پر ایک خاص مقصد کے حصول کے لیے تبادلہ خیال اور تخیلات کا پہنچانا روبہ عمل لایا جاتا ہے۔اس کی عمل آوری کے لیے کمیونکیشن کے بنیادی عناصر کی نشاندہی ضروری ہے۔

یہ عناصر ذیل کے ہیں:

- ☆ خیالات یا پیغام Ideation or Message
- ☆ مرسل Sender
- ☆ ضابطہ کاری Encoding
- ☆ وصول دہندہ یا Receiver
- ☆ ذریعہ (Medium) اور ترسیل (Transmission)
- ☆ ضابطہ کشائی (Decoding)
- ☆ رائے یا آراء کی پیش کش (Feedback)

Communication is a two way process in which there is an exchange and progression of ideas towards a mutually accepted direction or goal. For this process, to materialize, it is essential that the basic elements of communication be identified. These elements are' ideation / message, sender, encoding, receiver, medium and transmission, barriers, decoding and feedback



کمیونکیشن کا طرزِ عمل (The communication process)

تخیل اور پیغام (Ideation / Message):

Source > Message > encoding > message > Channel > message > decoding > receiver ...... <Feedback --- Context

وسائل -- پیغام -- ضابطہ کاری -- پیغام -- ترسیل -- پیغام -- ضابطہ کشائی -- وصول دہندہ -- فیڈ بیک (آراء) -- پس منظر

مواصلات، اطلاعات کا پہنچانا یا کمیونکیشن (Communication) کا طرزِ عمل تخیل سے شروع ہوتا ہے جس میں کوئی خاص خیال یا تصور قائم ہوتا ہے۔ اسی دوران پیغام کا انتخاب بھی روبہ عمل ہوتا ہے جس کو ترسیل کرتا ہے۔

اس قائم شدہ پیغام میں اُس خاص پیغام کا مواد (جس کو پیش کرتا ہے اور ساتھ ساتھ ترسیل کرتا ہے) شامل رہتا ہے۔ پیغام میں پوشیدہ خیالات کا انحصار ترسیل دہندہ کے فہم و فراست، تجربات، صلاحیتیں اور اطلاعات کے مقاصد پر ہوتا ہے۔ ان کے علاوہ کئی دوسرے عوامل پر بھی دارومدار رہتا ہے۔

پیغام میں دو قسم کے مواد پائے جاتے ہیں، ایک منطقی اور دوسرا جذباتی۔ منطقی

پیغام واضح طور پر درست پیغام ہوتا ہے، اور جذباتی پیغام احساسات اور جذبات پر مبنی رہتا ہے۔

روایتی مواصلات کے دوران تخیل اکثر عام عنوانات، خیالات، موضوعات پر مبنی ہوتا ہے۔ جس کا دارومدار ان کے معلوماتی وسائل پر مبنی ہوتا ہے۔

پیغام --- تخیل --- ضابطہ کاری (این کوڈنگ) -- ذریعہ ترسیل (Medium of Transmission) -- مرسل (Sender) -- وصول دہندہ (Receiver) -- ضابطہ کشائی یا ڈی کوڈنگ (Decoding) -- آراء (Feedback)

The process of communication begins with ideation, which refers to the formation of the idea or selection of a message to be communicated. It consists of the "what" of communication and is concerned with the content of the specific message to be presented. The scope of 'ideation' is generally determined by the sender's knowledge, experience, and abilities, as well as the purpose of communication and the context of the communicative situation. However, the form of ideation depends on several other factors.

Messages generally have two kinds of content, logical and emotional. Logical messages consist of factual information, while emotional messages consist of feelings and emotions. In formal communicative situation, 'ideation' may consist of finding and selecting a subject or general topic, looking for ideas and thought, and deciding the type, scope and sources of information.

Sender --> Messages --> ideation --> Encoding --> Medium Transmission --> Receiver --> Decoding --> Feedback

مُرسِل (Sender):

وہ شخص جو کمیونیکیشن یا مواصلات کو شروع کرتا ہے اسے مرسل یا Sender کہتے ہیں۔
مرسل اپنے ذہنی ذخائر سے کچھ خیالات کا انتخاب کرتا ہے اور انہیں وصول دہندہ یا Receiver تک ترسیل کرتا ہے۔

اس ضابطہ اطلاعات کا تمام تر بوجھ مرسل پر ہی رہتا ہے۔اس کا پیغام جو الفاظ اور املاف (تصاویر) کی شکل میں یا پھر دونوں کی شکل میں رہتا ہے وصول دہندہ تک پہنچتا ہے اور سماعت کے لیے آمادہ کرتا ہے۔اس کی عمل آوری میں کئی مراحل درپیش ہوتے ہیں جو بنیادی طور پر وصول دہندہ یا Receiver کی سمجھ اور ضروریات کے مابین مبنی ہوتے ہیں۔

اگر ارسال کیا گیا پیغام وصول دہندہ کی امیدوں اور ادراک کے عین مطابق ہو تو پیغام رسائی اعلیٰ حد تک کامیاب ہو جاتی ہے۔

The person who initiates the communication process is normally referred to as the sender. From his personal data bank he selects ideas encodes and finally transmits them to the receiver.

The entire burden of Encoding of communication then rests upon the sender or encoder. His message choice of images and words, and the combination of the two is what gets the receiver to listen carefully. In this process a number of factors come into play, primary among them being an understanding of the recipient and his needs.

If the message can be formulated in accordance with the expectations of the receiver, the level of acceptance is going to be higher.

ضابطہ کاری (Encoding):

مواصلات کا اگلا مرحلہ ضابطہ کاری ہے۔ یہ ایک طریقہ کار یا طرز عمل ہے جس میں معلومات کو منطقی اور ضابطہ کاری کے ذریعے پیغام کی شکل دی جاتی ہے۔ ضابطہ کاری کا طرزِ عمل مواصلات کے مقاصد، مرسل اور وصول دہندہ کے رشتہ پر منحصر رہتا ہے۔ عام طور پر، ضابطہ کاری میں زبان کا انتخاب، ذریعہ مواصلات کا انتخاب اور مواصلات کے طریقہ کار کا انتخاب اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

مؤثر ضابطہ کاری کے لئے صحیح زبان کا انتخاب کافی اہمیت کا حامل ہوتا ہے۔ زبانی پیغامات ایک عام زبان کی ضابطہ کاری کے تحت ہی انجام پاتے ہیں، جنہیں وصول دہندہ آسانی کے ساتھ ضابطہ کشائی کر کے سمجھ سکتا ہے۔ اگر وصول دہندہ یا ریسیور پیغام کو ٹھیک طرح سے ضابطہ کشائی نہیں کر پایا، پیغام میں پوشیدہ بات کو نہیں سمجھ پایا تو مواصلات کا سارا عمل بے سود ہو جاتا ہے۔

جیسے کہ تیلگو زبان والا کسی ٹمل زبان کی ضابطہ کاری سے نا آشنا رہتا ہے۔

مواصلات کے لیے دستیاب ذرائع میں موزوں ذرائع کافی اہمیت رکھتے ہیں۔ انہی کی مدد سے ضابطہ کاری کا اثر ثابت ہوتا ہے۔

بین ذاتی پیغامات کی ترسیل کے لیے تین بنیادی آپشن ہوتے ہیں، بولنا، لکھنا اور غیر زبانی نشانیاں یا علامات۔ بول چال کے کام میں کلام کرنا شامل رہتا ہے جبکہ غیر زبانی پیغامات کی علامتیں عام طور پر بصری سمعی اور حسی ہوتے ہیں۔ غیر زبانی علامتیں زبانی مواصلات

جسم کی نقل و حرکت، چہرے کے
ہیں ایک اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ان علامتوں میں
تاثرات، چھونے کے پیٹرن، کلام کرنے کے آداب شامل ہیں۔ مناسب طریقے کا
انتخاب مرسل اور وصول دہندہ کے رشتوں اور مواصلات کے مجموعی مقصد پر منحصر رہتا

ہے۔ مقرر اور سامعین
زبانی مواصلات میں روبہ رو بین ذاتی مواصلات، گروپ مواصلات، مقرر اور سامعین
مواصلات، ٹیلی فون مواصلات ہو سکتے ہیں۔ انتخاب اکثر مواصلات کے مقصد پر مبنی

رہتا ہے۔

Encoding is the next step is communication. It is the process of changing the information into some form of logical and coded message. The encoding process is based on the purpose of communication and the relation between the sender and the receiver. In a formal situation, encoding involves; Selecting a language; selecting a medium of communication; and selecting an appropriate communication form.

Selecting the right language is essential for effective encoding. Verbal messages need a common language code, which can be easily decoded by the receiver. If the receiver is not able to decode or understand the message, communication will fail. For example, a person who does not understand Telugu cannot decode a message encoded in Tamil.

As selecting the right medium of communication involves making the right choice out of many available options, it determines the effectiveness of encoding. There are three basic option for sending interpersonal messages that is speaking, writing and nonverbal signs and symbols. The spoken work involves vocalization while non-verbal message cues are generally visual (auditory and tactile).

Non-verbal cues play a significant role in oral communication. These cues include body movements, facial expressions, touching patterns, speech mannerisms. The selection of the appropriate form largely depends on the sender-receiver relationship and the overall goal of the communication situation. Oral communication may be face-to-face interpersonal communication, group communication, speaker-audience communication, or telephonic communication. The choice depends on the need and purpose of the communication.

وصول دہندہ (Receiver):

سامع (سننے والا) ضابطہ کار کے پیغام کو وصول کرتا ہے جسے وہ ضابطہ کشائی کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ یہ عمل کام کرنے کے ماحول، کام کرنے کے حالات اور سمجھ بوجھ کے رشتوں پر منحصر رہتا ہے۔ اگر مرسل سے ترسیل شدہ پیغام کی ضابطہ کاری کا مقصد وصول دہندہ کی فہم و فراست کے مابین ہوتا ہے تو وصول دہندہ کو بہ آسانی آمادہ شدہ محسوس ہوتا ہے۔ ایسی صورت میں وصول دہندہ کے ذریعے پیغام کی ضابطہ کشائی ٹھیک اسی طرح رہے گی جس مقصد اور ارادے سے مرسل پیغام رسائی کرتا ہے۔

The listener receives and encoded message which he attempts to decode. This process is carried on in relation to the work environment and the value perceived in terms of the work situation. If the goal of the Decoding of sender is envisioned as similar to his own, the listener becomes message more receptive. The decoding of the message is done in almost entirely the same terms as were intended by the sender.

ذریعہ یا میڈیم اور ترسیل (ٹرانسمیشن)

(Medium and Transmission):

مواصلات کا ایک اور اہم عنصر ہے چینل کا ذریعہ۔ یہ ذریعہ زبانی بھی ہوسکتا ہے اور غیر زبانی بھی۔ پیغام کو تحریر یا مرکب کرنے سے پہلے ذریعہ یا چینل کا فیصلہ کرلینا ضروری ہے۔ ترسیل ٹھیک اسی چینل کے ذریعہ تکمیل کی جاسکتی ہے جس چینل کا انتخاب پہلے سے کیا گیا ہے۔ ضابطہ کاری کے دوران منتخب ذریعہ (چینل) مواصلات کو بغیر کسی رکاوٹ کے ترسیل کرتا ہے، اور پیغام کو وصول دہندہ تک بہ آسانی اور بلا کسی رکاوٹ کے پہنچانے میں معاون ثابت ہوتا ہے۔

Another important element of communication is the medium of channel. It could be oral, written or non-verbal. Prior to the composition of the message, the medium/channel should be decided. Transmission refers to the flow of message over the chosen channel. Transmission confirms the medium selected during the process of encoding and keeps the communication channel free from interference or noise so that the message reaches the receiver without any disturbance.

رکاوٹیں (Barriers):

پیغام کے ترسیلی عمل میں کسی طرح کی گڑبڑی کو ہی رکاوٹ کہا جاسکتا ہے۔ مناسب ضابطہ کاری کو شور رکاوٹ پیدا کرسکتا ہے۔ نفسیاتی رکاوٹیں اکثر وصول دہندہ تک

پیغام پہنچنے کے بنیادی مقصد کو ہی فوت کر سکتی ہیں۔ یا پھر مواصلات کے عملی پہیے کو ہموار طریقے سے مکمل ہونے میں رکاوٹیں پیدا کر سکتی ہیں۔ یہ رکاوٹیں انجانی ثقافتیں، لسانی، سماجی نفسیاتی وغیرہ ہو سکتی ہیں۔

The barriers refer to the various hurdles the message may come across in process of transmission. Noise may disturb the proper encoding, the psychological barriers of the receiver may hamper the basic purpose of the message or the barriers may hinder the smooth completion of the cycle of the process of communication. The barriers could be cross cultural, linguistics, semantics, socio-psychological etc.

ضابطہ کشائی یا ڈی کوڈنگ (Decoding) :

ضابطہ کشائی وہ عمل ہے جس میں پیغام کو خیالات میں تبدیل کیا جاتا ہے۔ اس عمل میں وصول شدہ پیغامی مواد کو تفہیم و تفسیر کی مدد سے ترجمہ کیا جاتا ہے۔ اس عمل میں ایک اہم بات ضرور یاد رکھنی چاہئے کہ جو پیغام ترسیل کیا گیا ہے اس کے معنی کو ایک شخص سے دوسرے شخص تک ترسیل نہیں کیا گیا ہے بلکہ صرف پیغام ترسیل کیا گیا ہے۔ وصول دہندہ جس پیغام کو حاصل کرتا ہے اس کے لئے اس کے معنی کو خود اخذ کرنا اور سمجھنا پڑتا ہے۔ ضابطہ کشائی کے عمل میں پیغام کی تشریح اور تجزیہ کرنا دونوں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ تحریر شدہ مواصلات کی ضابطہ کشائی میں پڑھنا اور سمجھنا اہم عناصر ہیں۔ جب کہ زبانی مواصلات کی ضابطہ کشائی میں سننا اور سمجھنا اہم عناصر ہیں۔ کامیاب مواصلات

میں اثر دار ضابطہ کشائی بے حد ضروری ہے۔ اگر کوئی غلط فہمی ہو جائے تو ارسال شدہ پیغام کسی کام کا نہ رہے گا بلکہ رائیگاں جائے گا۔ ساتھ ہی ساتھ متذبذب حالات پیدا کرے گا جو غلط فہمیوں کا شکار بنائے گا۔

Decoding is the process of converting a message into thoughts by translating the received stimuli into an interpreted meaning in order to understand the message communicated. It is important to note that it is the message that is transferred, as meaning cannot be transferred from one person to another. The receiver has to assign meaning to a message in order to understand it.

The process of decoding involves interpretation and analysis of a message. Decoding in written communication refers to reading and understanding a written message. On the other hand, in oral communication, decoding includes listening and understanding. Effective decoding is very important for successful communication as any misinterpretation of a message leads to communication breakdown and creates confusion and misunderstanding.

آراء، یا، فیڈ بیک (Feedback):

مؤثر مواصلات اسی وقت وقوع ہوں گے جب کہ آراء یا فیڈ بیک ہو۔ مواصلاتی عمل کا آخری مرحلہ فیڈ بیک ہے۔ وصول دہندہ یا ریسیور کے پیغام حاصل کرنے کے بعد کیا جانے والا عمل یا ردعمل ہی یہ فیڈ بیک یا آراء ہے۔

مرسل کو فیڈ بیک ہی سے پتہ چلتا ہے کہ اس سے ارسال کردہ پیغام موصول ہوا ہے اور سمجھا بھی گیا ہے۔ اس طرح فیڈ بیک مرسل کی مدد کرتا ہے۔ جب فیڈ بیک واپس مرسل کو پہنچتا

ہے تب پتہ چلتا ہے کہ پیغام کی رسائی وصول دہندہ تک ہوئی ہے اور اس نے قبول کیا ہے یا پھر مسترد۔ وصول دہندہ پھر سے مزید معلومات اور وضاحتوں کو طلب بھی کر سکتا ہے۔ وصول دہندہ کا جواب ہی مواصلات کی کنجی ہے۔ وصول دہندہ کے جواب ہی سے اندازہ کیا جا سکتا ہے کہ مرسل کا ترسیل شدہ پیغام مؤثر رہا کہ نہیں۔

Effective communication takes place only when there is feedback. Feedback is the last stage in the communication process. It is the action or reaction of the receiver to the message. It helps the sender know that the message was received and understood. The feedback that goes to the sender makes it clear whether the receiver has accepted the information and filed it in his/her memory or rejected. He or she may ask for more information or clarification. Response is, thus, the key to communication as the effectiveness of communication depends on how congruent a receiver's response is with the meaning intended by the sender.

راست وروبرومواصلات

Direct Face to face communication

گفتگواورتبادلۂ خیال

Dialogue and Conversation

تعارف : Definition

راست وروبرومواصلات کی تعریف:

Direct Face to Face communication

روبرومواصلات ایسے مواصلات ہیں جہاں مرسل بذات خود وصول دہندہ کو اپنا پیغام ترسیل کرتا ہے۔

یہ راست طور پر روبرو ہونے والے مواصلات ہیں۔

یہ دو شخصوں کے درمیان ہونے والے مواصلات ہیں۔

ان مواصلات میں زبانی مواصلات کے ساتھ ساتھ غیر زبانی طریقے بھی اپنائے جاتے ہیں۔

Direct Face to face communication may be defined as communication when the communicator transmits his message in person to the receiver verbally and even non-verbally. This communication takes place between the two people directly. Thus face to face communication is both verbal and non verbal.

فیس ٹو فیس کمیونکیشن کی خصوصیات

Characteristics of Face to Face Communication

روبرو مواصلات ایک غیر روایتی زبانی مواصلات کا فن ہے۔

اس کے کچھ ایسے خواص ہیں جو دیگر مواصلاتی طریقوں میں نہیں پائے جاتے۔

روبرو مواصلات کے خواص ذیل ہیں؛

☆ **ڈائریکٹ کمیونکیشن یا راست مواصلات:** ڈائریکٹ کمیونکیشن کی اہم خاصیت یہ ہے کہ یہ راست طور پر قائم کی جاتی ہے۔ اس میں حصہ لینے والے اہم کردار کسی میڈیا کے بغیر اپنے میسیج کو باہم پہنچاتے ہیں۔

☆ **غیر روایتی:** روبرو مواصلات بالکل غیر روایتی ہیں۔ اس طریقے میں مرسل اور وصول دہندہ پیغامات کو آزادی سے کھل کر ارسال کرتے ہیں، کسی پابندی کی قید نہیں ہوتی۔

☆ **باہمی تعلقات (Mutual Relation)** : روبرو مواصلات مرسل اور وصول دہندہ کے باہمی رشتوں اور تعلقات پر منحصر رہتے ہیں۔ کوئی تیسرا ان مواصلات میں دخل انداز نہیں ہوتا۔

☆ **مفت مواصلات** : فیس ٹو فیس کمیونکیشن ایک غیر صرفہ مواصلات ہیں۔ اس میں کسی قسم کے اخراجات کی نوبت نہیں رہتی۔

Face to face communication is an informal oral communication technique. It has some unique characteristics that are not found in other communication methods. The important characteristics of face-to-face conversation are discussed below-

* **Straight Communication:** The important feature of Face to face communication is that it is very much direct or straight. The parties involved in Face to face communication exchange message directly without using any media. No other communication technique is as direct as it is.

* **Informal:** Face to face communication is very informal. Under this method the sender and the receiver exchange message freely and openly. No formalities are maintained here.

* **Mutual Relation:** Face to face communication depends on the mutual relationship between the sender and receiver of the message. Nobody can interfere in such type of communication.

* **No Cost Communication:** Face to face communication is a no cost communication in nature as it does not require any instrumental arrangements.

* **Widely Used:** In most of the cases, communication takes place in the form of face to face conversation. Because of its inherent nature, it is widely used in every sphere of life.

* **Word of Mouth Effect:** Another important characteristic of Face to face communication is that it produces huge word of mouth effect. It helps to spread the negative and positive news about anything of the message.

* **No Legal Base:** Face to face communication or communication does not have any legal acceptability as it is not written. Face to face communication is almost like invisible communication.

* **Spread of Rumor:** Face to face communication often helps to spread rumor that may create negative image of the organization.

* **Effect of Facial Expression:** Another important characteristic of Face to face communication or communication is that here the facial expression of the sender and the receiver has immense effect of the entire communication or conversation process.

* **Instant Feedback:** An important nature of face to face communication is that it produces instant and quick feedback.

روبرو مواصلات کے طریقے

Types of Face to Face Communication

1. انٹرویو--Interviews
2. میٹنگز یا نشستیں--Meetings
3. کانفرنس--Conference
4. سیمینار--Seminars
5. ورکشاپ--Workshops
6. کلاس روم لیکچرز--Class-room lectures
7. اسٹیج پر مظاہرے--Stage acting
8. عوامی لیکچرز--Public lectures

ودیگر

مؤثر مواصلات کے اصول

Principles of effective communications

مؤثر روبرو مواصلات کے ڈائنامکس:

Dynamics of effective face to face communication are;

1. روبرو مواصلات میں دو انفرادی شخصیتوں کا ہونا ضروری ہے۔ جس میں مرسل اور وصول دہندہ کا براہ راست جسمانی اور ذہنی طور پر مواصلاتی مقام پر حاضر ہونا ضروری ہے۔

In face to face communication at least two individuals (receiver and sender) should be physically and mentally present at the place of communication.

2. روبرو مواصلات یا فیس ٹو فیس کمیونکیشن میں مرسل کی جانب سے درست ضابطہ کاری، واضح اور خوش اسلوبی کا استعمال ضروری ہے۔

In face to face communication there should be proper encoding with most appropriate and pleasing words by sender.

3. حصول پیغام کے بعد وصول دہند کے ذریعہ ضابطہ کشائی بھی درست اور واضح طور پر ہونا ضروری ہے۔

In face to face communication there should be proper decoding by the receiver after receiving the message.

4. روبرو کمیونکیشن میں جزوی یا کلی طور پر رائے کی پیش یا فیڈ بیک ہونی چاہئے۔ چونکہ یہ راست طور پر مواصلات ہیں اس لیے الفاظ کا انتخاب نہایت ہی توجہ کے ساتھ کرنا ضروری ہے۔ ایسے الفاظ کا انتخاب ضروری ہے جو واضح، منکسرالمزاج اور شائستگی سے مجرے ہوں۔

In face to face communication there should be some (partial / full) response of feedback. Since it is direct, great care should be taken in the selection of the words which should be appropriate and polite.

ڈائلوگ اور کنورزیشن

ڈائلوگ اور کنورزیشن دو یا دو سے زیادہ لوگوں کے درمیان ہونے والی گفتگو یا تبادلہ خیال ہے۔

ڈائلوگ اور کنورزیشن کے درمیان فرق

Dialogue vs Conversation

ڈائلوگ اور کنورزیشن دو ایسے الفاظ ہیں جو مترادف ہیں اور ایک ہی مفہوم کو پیش کرتے ہیں۔ مگر جب ان الفاظ کے استعمال کی بات ہو تو انہیں الگ الگ مفہوم میں استعمال اور پیش کیا جاتا ہے۔ یہ دونوں الفاظ الگ الگ پس منظر اور تفہیم کا اظہار کرتے ہیں۔

ڈائلوگ کو گفتگو کے معنی میں استعمال کیا جاتا ہے، جبکہ

کنورزیشن کو تبادلہ خیال کے معنی میں استعمال کیا جاتا ہے۔ ان دونوں الفاظ کے درمیان یہی ایک فرق دیکھا جاتا ہے۔

Dialogue and Conversation are two words that are used in the same sense. Strictly speaking, they should be used in different senses. They are two words that carry different connotations for that matter.

The word 'dialogue' is used in the sense of 'discussion'. On the other hand, the word 'conversation' is used in the sense of 'exchange of ideas'. This is the subtle and main difference between the two words.

آیئے ایک مثال کے ذریعے ان کے درمیان فرق کی نشاندہی کرتے ہیں۔

۱۔ ڈائلوگ یا گفتگو، دو اشخاص کے درمیان ہوتی ہے

۲۔ ان کے درمیان ہوئے ڈائلوگ سے میں کسی بات کو اخذ نہیں کر سکا۔

ان دونوں جملوں میں ڈائلوگ کے معنی گفتگو کے لیے جا سکتے ہیں۔

اور یہ گفتگو تبادلہ خیالات کے مفہوم میں لی جا سکتی ہے۔

جب کہ دوسرے جملے میں مستعمل ڈائلوگ کے معنی تبادلہ خیال کے ہیں۔

Take a look at the two sentences given below,

1. A dialogue took place between the two gentlemen.
2. I cannot infer anything from their dialogue.

In both the sentences, the word 'dialogue' is used in the sense of 'discussion', and hence the meaning of the first sentence would be 'a discussion took place between the two gentlemen', and the meaning of the second sentence would be 'I cannot infer anything from their discussion.

جب کہ دوسری طرف کنورزیشن تھوڑا علیحدہ مفہوم دیتا ہے۔

۱۔ امن اور کریم میں ایک لمبا کنورزیشن (تبادلہ خیال) پیش آیا۔

۲۔ رفیع کو ان کے کنورزیشن (تبادلہ خیال) کا مفہوم سمجھ میں نہیں آیا۔

ان دونوں جملوں میں کنورزیشن کے معنی تبادلہ خیال کے ہیں۔

اوپر کی دو مثالوں میں لفظ گفتگو بشکل اسم استعمال کیا گیا ہے، اور لفظ تبادلہ خیال بنیادی طور پر اسم اور دیگر جگہوں پر بصورت فعل استعمال ہوا ہے۔

ساتھ ساتھ اس بات کو بھی دیکھنا چاہئے کہ لفظ گفتگو اسم ہے اور تبادلہ خیال اسم اور فعل کی صورت ہے۔

جب کہ الفاظ 'لمبی گفتگو' اور 'لمبا تبادلہ خیال' (دیرتک کے معنی میں) میں لفظ لمبی یا لمبا "صفت" ہیں۔

گفتگو دو اشخاص کے درمیان پیش آتی ہے، جب کہ تبادلہ خیال دو یا دو سے زیادہ اشخاص کے درمیان پیش آتا ہے۔

On the other hand, the usage of the word 'conversation' is slightly different. Take a look at the following sentences,

1. Aman and Kareem had a long conversation.
2. Rafee did not understand anything from their conversation.

In both the sentences, the word 'conversation' is used in the sense of 'exchange of ideas', and hence the meaning of the first sentence would be 'Aman and Kareem had a long exchange of ideas' and the meaning of the second sentence would be Rafee did not understand anything from their exchange of ideas'.

It is interesting to note that the word 'dialogue' is primarily used as a noun and it is not used as a verb. This is an important observation to make when it comes to the usage of the word 'dialogue'. On the other hand, the word 'conversation' is used primarily as a noun. At the same time it can be used as verb also as in the sentences.

1. Aman had to converse with his friend today.
2. Rafee conversed in Malayalam.

In both the sentences, the word 'converse' is used as verb in the

sense of 'talk', and hence the first sentence can be rewritten as 'Aman had to talk with this friend today' and the second sentence can be rewritten as 'Rafee talked in Malayalam'.

It is equally important to know that the verb 'converse' is used as a regular verb, and hence its past participle form is 'conversed'. On the other hand, the word 'conversation' and the word 'dialogue' are used in the formation of expressions such as 'long conversation' and 'long dialogue' respectively. In both the cases, the word 'long' is used as an adjective to the words, conversation and dialogue respectively.

ٹیکنالوجی کا استعمال اور اس کے فوائد:

روبرو مواصلات کے لیے چاہئے کہ دو اشخاص ایک جگہ ملاقات کریں، جو کہ کبھی کبھار دشوار اور اخراجات سے جڑے رہتے ہیں۔ اس لیے کبھی کبھی روبرو مواصلات کے لیے ٹیکنالوجی کا سہارا بھی لیا جاتا ہے۔ ایسے مواصلات راست روبرو نہیں بلکہ بالواسطہ روبرو مواصلات کہلاتے ہیں۔

☆ ٹیلی فون، موبائل، انٹرنیٹ کو سمعی، بصری اور تحریری پیغامات کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

لیکن یہ بھی دیکھا گیا ہے کہ جدید ٹیکنالوجی کے استعمال کے باوجود پیغامات مکمل طور پر پہنچانے میں ناکام بھی ہوتے ہیں۔

چند مواقع ایسے ہیں جن میں روبرو مواصلات کافی کارآمد ثابت ہوئے ہیں۔ جن کی مدد سے اعتماد کا حاصل کرنا اور مسائل کا حل کرنا جیسے کام بہ آسانی انجام دے سکتے ہیں۔

Advantages of Using Technology

We often take advantage of current technology to communicate antennae instead of making the effort to get together face-to-face. Even talking can be too much effort. People use the following methods to communicate and interact.

* Telephone, Mobile for audio, video and texting.

But it is observed that communication or interaction via technology may cause loss of information.

Some situations benefit greatly from good old face-to-face interaction. Building trust and resolving conflict are two such situations. It may be inconvenient—and expensive—to get together in person, but the time and money saved in the long run is well worth it.

فیس ٹو فیس کمیونکیشن یا روبرو مواصلات کے فوائد

☆ باہمی تعلقات قائم کیے جا سکتے ہیں۔ جس سے انفرادی اور دوستانہ تعلقات کو بڑھاوا ملتا ہے۔

☆ اعتماد کو قائم کیا جا سکتا ہے۔

☆ دوسروں کے ردعمل کو بھی دیکھا اور پرکھا جا سکتا ہے۔

☆ آنکھوں اور جسمانی زبان، حرکات وسکنات کی مدد سے پرکھا اور پڑھا جا سکتا ہے۔

☆ مسائل کا حل آسانی سے کیا جا سکتا ہے۔

☆ فوری فیصلہ کرنے، تائید حاصل کرنے اور رضامندی حاصل کرنے میں بھی معاون ہے۔

اس طرح روبرو مواصلات انسان کی زندگی میں اہمیت رکھتے ہیں۔جس کی بنا پر انہیں ایک اچھے فن کی شکل میں بھی دیکھا جاتا ہے۔

Benefits of face-to-face communication.

- Establishing personal relationships and friendships
- Building trust
- Seeing others' reactions
- Seeing eye contact and body language
- Clearly focusing on the problem without distractions
- Resolving issues
- Having quick access to decision-makers for approvals.

ڈائلوگ کیا ہے؟

اصطلاح ڈائلوگ ایک یونانی لفظ ہے، اس کا مصدر ''ڈیا'' (ذریعے) اور ''لوگوس'' (کلام، منطق) ہیں۔ اس لفظ کو پہلے استعمال کرنے والا شخص افلاطون تھا، جس نے بولیوں کے فن میں اس کو استعمال کیا تھا۔ بعدازیں یہ لفظ لاطینی زبان میں بھی مستعمل رہا۔

ڈائلوگ کا لفظ ادبی اور ثقافتی طور پر دیکھیں تو ''ایکس چینج'' یعنی تبادلہ کے ہیں، جو دو یا دو سے زیادہ افراد کے درمیان ہونے والے مذاکرات یا مکالمات کے لئے استعمال کیا جاتا ہے۔ فلسفہ، علم البیان میں یہ لفظ مغرب سے جڑا ہوا ہے جو سقراط کے ڈائلوگ سے منسلک ہے جسے افلاطون نے ترتیب دیا تھا۔ لیکن ڈائلوگ کئی ثقافتوں میں بھی مستعمل تھا جس میں ہندوستان بھی شامل ہے۔

خیالات وآراء کے تبادلے جو کسی خاص عنوان پر ہوں مثلاً سیاسی و مذہبی، جس سے گفتگو کے بعد ایک رائے عامہ یا پھر متفقہ رائے پر پہنچنا مقصود ہوتا ہے۔

What is a dialogue?

The term dialogue stems from the Greek term "dialogos"; its roots are dia (through) and logos (speech, reason). The first extant author who uses the term is Plato, in whose works it is closely associated with the art of dialectic. Latin took over the word as dialogus.

Dialogue (Sometimes spelled dialog in U.S. English) is a written or

spoken conversational exchange between two or more people, and a literary and theatrical form that depicts such an exchange. As a narrative, philosophical or didactic device, it is chiefly associated in the West with the Socratic dialogue as developed by Plato, but antecedents are also found in other traditions including Indian Literature.

An exchange of ideas or opinions on a particular issue, especially a political or religious issue, with a view to reaching an amicable agreement or settlement.

کنورزیشن Conversation

اشتمالی طور پر دو یا دو سے زیادہ افراد کے درمیان دفعتاً پیش ہونے والے مواصلات یا کمیونکیشن کو کنورزیشن کہتے ہیں۔ خصوصاً یہ اسپوکین کیمونکیشن یا زبانی مواصلات کے دوران پیش آتا ہے، تحریری مواصلات کو کبھی بھی کنورزیشن نہیں کہا جاسکتا۔

سماجیات میں کنورزیشن کے اسکلز اور آداب اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ اور کنورزیشن کے اسکلز کی ترقی کسی بھی زبان میں اس زبان کی تعلیم و تربیت کی طرف متوجہ کرواتے ہیں۔

کنورزیشن کا تجزیہ سماجیات کی ایک شاخ ہے جو انسانی تعلقات کی ساخت اور ادارہ کا مطالعہ کرتا ہے۔ جس میں کنورزیشنل انٹریکشن Conversational Interaction کی طرف زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔

ویسے کنورزیشن کی کوئی خاص تشریح نہیں ہے، ہاں اتنا ضرور مانا جاتا ہے کہ کنورزیشن کم از کم دو افراد کے درمیان گفتگو ہے۔

اسی طرح یہ بات بھی واضح کی گئی ہے کہ کنورزیشن کیا نہیں ہے۔

- ☆ دو افراد کے ملاقات کے دوران سلام کلام کو کنورزیشن نہیں کہا جاسکتا۔
- ☆ مالک کے اپنے نوکر کو دیئے جانے والے حکم کو بھی کنورزیشن نہیں کہا جاسکتا۔
- ☆ کسی اہم معاملے پر ہونے والی سنجیدہ گفتگو کو کنورزیشن نہیں کہا جاسکتا۔
- ☆ ان باتوں کو مد نظر رکھتے ہوئے یہ نتیجہ اخذ کیا جاسکتا ہے کہ ''کنورزیشن ایک

ایسی تقریر ہے جو آداب گفتگو سے ہٹ کر سماجی جوڑ اور رواداری قائم کرنے کے لئے کی جاتی ہے۔"

Conversation:

Conversation is a form of interactive, spontaneous communication between two or more people. Typically, it occurs in spoken communication, as written exchanges are usually not referred to as conversations.

The development of conversational skills and etiquette is an important part of socialization. The development of conversational skills in a new language is a frequent focus of language teaching and learning.

Conversation analysis is a branch of sociology which studies the structure and organization of human interaction, with a more specific focus on conversational interaction.

No generally accepted definition of conversation exists, beyond the fact that a conversation involves at least two people talking together. Consequently, the term is often defined by what it is not. A ritualized exchange such as a mutual greeting is not a conversation, and an interaction that includes a marked status differential (such as a boss giving orders) is also not a conversation. An interaction with a tightly focused topic or purpose is also generally not considered a conversation. Summarizing these properties, one authority writes that "Conversation is the kind of speech that happens informally, symmetrically, and for the purposes of establishing and maintaining social ties."

Chapter - 2

باتوجہ باہمی روابط

فوکسڈ انٹراکشنز

Focused Interactions

گوف مین کا کہنا ہے کہ Focused Interation دو افراد کے درمیان ایک ایسا ربط ہے جس میں دو افراد کو قریب کرنا اور ہم آہنگی پیدا کرنا ہے اور کسی خاص بات پر توجہ کو مرکوز کرنا ہے۔

باتوجہ باہمی ربط ایسا ربط ہے جس میں توجہ درکار ہے اور تمام مواصلات توجہ کے ساتھ ہمکنار ہوتے ہیں۔ ان کو فیس ٹو فیس کمیونکیشن کا ہی حصہ مانا جاتا ہے۔ یعنی Focused Interactions کو Face to Face Communication کا ایک روپ مانا جاتا ہے۔

دو کردار یعنی ایک انسان کسی دوسرے انسان سے گفت وشنید کرتا ہے تو اولاً اس کا کوئی خاص مقصد ہوتا ہے یا پھر نہیں ہوتا۔ مقصداً بات کریں تو زیادہ توجہ کے ساتھ بات

کرنی ہوگی۔ اگر گفتگو بے مقصد یا پھر بلا عنوان ہے تو اس گفتگو میں لگام نہیں ہوگی، اور طویل رہے گی۔

ان دونوں صورتوں میں ایک فرد دوسرے فرد سے یا پھر گروہ سے مخاطب ہوتا ہے جو سماجی عمل Social Interaction کہلاتا ہے۔

اگر بامقصد بات چیت ہو تو اس کا ایک دائرہ ہوتا ہے۔جس میں ہر بات کو طویل ہونے سے یا راستہ بھٹکنے سے لگام لگایا جا سکتا ہے۔ ایسی بات چیت کے لیے توجہ دینا ضروری ہو جاتا ہے، ورنہ گفتگو بے سود ثابت ہو سکتی ہے۔

دو یا دو سے زیادہ کرداروں کے درمیان باہمی ربط کی ہم آہنگی کو با توجہ باہمی ربط Focused Interaction کہہ سکتے ہیں۔

مواصلات اگر روبرو ہو رہے ہوں، پیغامات ہمکلامی سے ہو رہے ہوں تو وہ Focused Interaction ہے۔ اس کے لئے دونوں کرداروں کو ایک دوسرے سے مخاطب ہونا ضروری ہے۔ ساتھ ساتھ جس عنوان پر بات چیت ہو رہی ہے اس کا علم دونوں کرداروں کو ہونا ضروری ہے۔

مثال کے طور پر

☆ دو دوست ایک دوسرے سے اپنے کلاس کے عنوانات پر بات کر رہے ہوں تو ایسی صورت میں مکمل توجہ ضروری ہے۔

☆ اگر کسی سیاسی خطاب کے پروگرام میں مقرر تقریر کر رہا ہو اور سامع سن رہا ہو تو

ایسی صورت میں بھی مقرر اور سامع کو چاہئے کہ پوری توجہ سے بولیں اور سنیں۔ مقرر سامعین کے جذبات اور تقریر کے عنوان کی بنیاد پر اپنے سارے حواس کو چوکنا رکھ کر تقریر کرتا ہے۔ سامع بھی اس تقریر کو اسی انداز سے سن کر محظوظ ہوگا اور اس پیغام سے آراستہ ہوگا جو مقرر کا مقصد ہے۔

ایسی صورتحال کو Focused Interaction کے زمرہ میں ڈالا جاتا ہے۔

اس فوکسڈ انٹراکشن میں مقرر کی زبان، لب ولہجہ، عنوان کے متعلق جانکاری، جذبہ کا اظہار، جسمانی حرکات وسکنات جو کسی بیان وگفتگو کے دوران پیش آتے ہیں اور ایک کردار کو دوسرے کردار سے متوجہ کرواتے ہیں۔

اگر ایک کردار صرف اپنے جسمانی حرکات واداؤں اور اشاروں سے کام لیتا ہے تو ایسی صورتحال میں رسیور کو پیغام سمجھنے میں دشواری ہوگی، اور ذہن پر زور ڈالے بغیر اس پیغام کی ڈیکوڈنگ مشکل ہوجائے گی۔ اس فوکسڈ انٹریکشن میں وربل کمیونکیشن کے ساتھ ساتھ باڈی لینگویج کا بہترین اظہار پیغام رسائی میں کافی معاون ثابت ہوتا ہے۔

اس قسم کے کمیونکیشن سے خودی یعنی Self کو سمجھنے اور دوسروں سے ربط کرنے میں کافی مدد ملتی ہے۔ سماجی روابط (Social Interactions) کا میدان کافی وسیع ہوجاتا ہے۔ ایک دوسرے کو سمجھنا، سماج کو سمجھنا اور سمجھانا اور عالمگیریت Globalization جیسے عالمی سطحی میدانوں سے ہم آہنگی پیدا کرنے میں معاون ثابت ہوتا ہے۔

فوکسڈ انٹریکشن اسکو، کمیونیکیشن پروسس کی جانچ پڑتال میں مدد کرتا ہے۔
جیسے بولنا، سننا، سوالات کرنا اور آرا پیش کرنا، جن کی مدد سے باہمی سمجھ بوجھ میں اضافہ کیا جا سکتا ہے اور غلط فہمیاں دور کی جا سکتی ہیں۔

فوکسڈ انٹریکشن کی ایسی حالت سے بھی تشریح کی جاتی ہے جہاں ہمہ جہت مقاصد کو کامیابی کے ساتھ انجام تک پہنچایا جا سکتا ہو۔

Focused Interaction:

Face-to-face human interaction is divided into "focused" and "unfocused" types.

Focused interaction or communication is an integral part of Face to face communication.

If two characters are encountering each other and having a talk has a common object of their talk, sometimes it may not. If they have a strong objective then they should focus on the objective of the conversation. If there is no particular objective then the conversation goes a long without any objective and fruitful results. In this situation a person or a group encounters with another. This is called social interaction.

If there is a purpose of the talk then there is periphery and control over the talks, means the conversation is objective. For this kind of conversation there is a need of focus on the topic.

Communication between two or more than two persons with direct interaction with a particular objective is said to be Focused Interaction. Hence the characters should be face to face in this interaction. Apart each should have the knowledge of the topic they are discussing about.

For example two friends are discussing about their class or subject topic, and then there should be a sphere of concentration is

required. If a politician is giving a political speech on a given topic or subject and the audience are listening seriously. Based on the concentration of the audience towards this speech, the speaker delivers his speech being in great consciousness. And the audience too comprehends and enjoys the speech of the speaker, which is the actual motto of the speaker. This is called the focused interaction or communication.

The focused interaction requires the features of the speaker like language, gesture, style, knowledge about the topic, expression of emotions, body language to encode communicate the intended information.

If once character is just communicating through the body language, signs, gestures and postures, it is difficult for the receiver to receive, decode and give the appropriate feedback. In focused interaction or communication the verbal communication with non-verbal communication proved more effective.

Focused interaction helps in understanding the communication process, like speaking, listening, questioning and feedback. These are helping in mutual understanding and removing the misunderstandings.

جوہیری ونڈو ماڈل

اس ماڈل کو موثر طور پر خود کو سمجھنے اور دوسروں سے ربط قائم کرنے میں مدد گار اور کامیابی کا ایک بہترین ٹول مانا جا سکتا ہے۔

اس ماڈل کو 1950ء کے درمیان دو امریکی ماہرین نفسیات جوسیف لوفٹ اور ہیری انگھام نے پیش کیا۔ اس طرح یہ ماڈل جوہیری ماڈل کے نام سے موسوم ہوا۔ اس ماڈل کو بنیادی طور پر دو اشخاص کے بیچ باہمی معلومات کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ ایک دوسرے کو سمجھنے، خود کو سمجھنے اور انفرادی وشخصی اور معلوماتی ترقی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

آپ اپنی طاقت کے پہلو، ایسے پہلو جس سے آپ نا آشنا ہیں، آپ کی کمزوریاں وغیرہ ایسے میدان جنہیں آپ پار کرنا چاہتے ہیں اس ماڈل سے معلوم کر سکتے ہیں۔

اس پردیس میں فطری معلومات کی بنیاد پر یہ جوہیری ماڈل بالکل اعتماد کے ماحول میں مفید اور کارآمد ثابت ہوتا ہے۔

اس کے ماڈل میں چار مستطیل خانے ہوتے ہیں۔ پہلا خانہ کھلا میدان کہلاتا ہے، جس میں معلومات آپ کو اور دوسروں کو بھی دستیاب رہتے ہیں۔

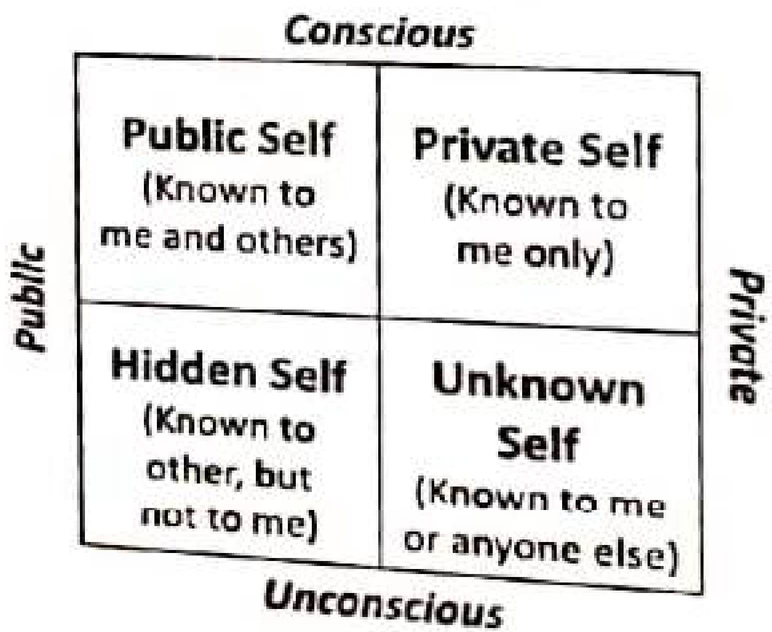
دوسرا خانہ چھپا میدان ہے جس میں معلومات آپ کو رہتی ہیں مگر دوسروں کو نہیں رہتی۔ اور آپ کسی وجہ سے انہیں دوسروں کو بتانا بھی نہیں چاہتے۔

تیسرا خانہ نابینا خانہ کہلاتا ہے، جس میں معلومات دوسروں کو رہتی ہیں مگر آپ کو نہیں رہتی۔ دیگر لوگ جانتے ہوئے بھی آپ کو وہ معلومات فراہم کرنا نہیں چاہتے۔

چوتھا خانہ نامعلوم خانہ ہے۔ جس میں معلومات، سلوک، ارادے اور تاثرات نہ آپ کو پتا ہوتے ہیں نہ دوسروں کو۔

اس طرح اس ماڈل کا مقصد ابھر کر سامنے آتا ہے۔

Johari Window



JoHari Window Model

Two American psychologists Joseph Luft and Harry Ingham in the mid 1950's developed a model that helps to understand ourselves and used as a tool of building a good relationship in Communication.

It is regarded as a comprehensive idea and a tool for Success This model is primarily understanding between the two people, and can be used to develop understanding own self, which is highly useful in facilitating awareness and personal growth.

It is also useful in discovering your strengths. The areas of unknown to you and scope of exploring the areas of understanding.

As this window shows the nature of the information in the process works best in a high trust environment.

The model has four quadrants.
(1) Open Area (2) Hidden Area (3) Blind Area (4) Unknown Area

The first quadrant is called as the Open Area, and shows the information, behaviour and motivation that is known both by your self and by others.

The second quadrant is called as Hidden Area, and contains information about ourself, which were unwilling to disclose it to others in perview of trust.

The third quadrant is called as Blind area. In this quadrant the information is know by others but unknown to you, and the others are not willing to share the information with you, for their own reasons.

The fourth quadrant is called as Unknown Area In this quadrant the behaviour, information and the motivation is not known either to your or to others.

1. We Both Know Something
2. I know something, you don't
3. You Know something, I don't
4. We both don't know this. (This is the actual goal of the conversation)

The goal of the JoHari Window is to make Open area as a largest possible area.

Chapter - 3

ان فوکسڈ انٹرا کشنز

غیر توجہ روابط

Unfocused Interactions

ایسے مواصلات جس میں کسی بھی بات پر خاص توجہ نہیں دی جاتی۔ غیر رضا کارانہ طور پر پیغام رسائی ہوتی ہے، جس کا مقصد عارضی یا پھر تھوڑی دیر کا ہوتا ہے۔

اس طرح کے مواصلات یا روابط ایسی جگہ پیش آتے ہیں جہاں نہ کوئی روابط کے رسم ہوا کرتے ہیں اور نہ ہی مواصلاتی رشتہ قائم ہوتا ہے۔

مثال کے طور پر بس اسٹاپ، ریلوے اسٹیشن، میوہ فروش کی دکان، بینک، پوسٹ آفس وغیرہ۔

ایسے حالات میں کہ جب ہم اپنے کام کا انتظار کر رہے ہوتے ہیں، اُسی وقت اگر اردگرد کے لوگوں کے درمیان کچھ ایسی گفتگو ہوتی ہے،
جو ہم سے کچھ تعلق نہ رکھتی ہو،
یا پھر دنیا بھر کی باتیں ہوتی ہوں جسے ہم سننا پسند کریں گے اور نہیں بھی۔

ایسی صورتحال میں ہماری توجہ کہیں اور رہتی ہے لیکن ہمارے کانوں کو ان اشخاص کے درمیان ہورہی گفتگو کے الفاظ سنائی دیتے ہیں مگر ہم توجہ کم دیتے ہیں یا پھر توجہ ہی نہیں دیتے ہیں، جس کی وجہ سے وہ باتیں ادھورے طور پر ہمارے کانوں تک پہنچتی ہیں اور کسی کام کے قابل نہیں ہوتیں۔

ایسے حالات یا مواصلات میں پیغام کو بہتر طور پر سمجھنے میں کافی دقت ہوتی ہے۔ کبھی کبھی ان باتوں کو ہم سمجھ بھی نہیں پاتے۔

اکثر ایسا ہوتا ہے کہ ایک شخص کسی بس اسٹاپ پر کھڑا ہے، اسی دوران کوئی دوسرا شخص اس کے سامنے آکر کھڑا ہوگیا۔ ایسی صورت میں وہ آپ سے کچھ باتیں پوچھ لیتا ہے جیسے کہ وقت کیا ہوا ہے؟ بس ابھی تک نہیں آئی؟ نہ جانے اس بس کو کیا ہوگیا ہے؟ اس شخص کی اس بڑبڑاہٹ کو آپ توجہ کے ساتھ نہیں سنتے مگر پھر بھی اس کے ہاں میں ہاں ملائے چلے جاتے ہیں۔

ایسے ہی موقع پر بس اسٹاپ پر دو شخص کھڑے ہیں جس میں سے ایک آپ ہیں، ایسے حال میں ایک تیسرا شخص آجاتا ہے جو دوسرے کا دوست ہے، وہ آپس میں بات چیت کرنے لگتے ہیں۔ ان کی گفتگو کے پس منظر کا علم آپ کو نہیں رہتا۔ ایسی حالت میں آپ ان دونوں شخصوں کی گفتگو غیر رضا کارانہ طور پر سنتے ہیں پھر توجہ پھیر لیتے ہیں۔ ایسی حالت میں مواصلات کی تار بار بار ٹوٹتی ہے۔

Unfocused Interactions

Such interactions which have no focused or treated as unimportant discussion. In this interaction the message process takes place involuntarily, the motto or purpose of this message is temporary or of a short duration.

Such kind of interactions or unfocused interactions occurs in such places where there is no proper bridge of contacts or formal way of contacts or relations and even there is no scope of establishing a relation of communication.

For instance at the bus stops, railway stations, fruit vendor shops, banks, post offices etc.,

When you are waiting for your work or activity to be done, at the same time when other people are discussing each other on the topic of their own interests or common interest, which has no connectivity with us.

Or the discussion of worldly affairs, which we may like to listen or not.

In such conditions our focus is somewhere but the discussion of the others enters into our ears and drag our attention for a while, to which we may pay attention or not. In this way the discussion of the people reaches our ears with incomplete and no comprehensive information, which may not be useful for us.

During these circumstances, it is difficult to understand the conversation of the people, sometimes we may totally unable to understand the discussion.

Generally it happens at the bus stop that, a character reaches at and the other too reaches at in front of the first character. At this situation, first character may ask you "what time is it?" and he may murmur "the bus hasn't come yet?", "don't know what happened to this bus?". You may not give attention to this murmuring, but still you may go with him for while of his discussion.

In some other situation, there are two characters standing at the bus stop, among these two you are one, at this moment, a third character also joins you who is the friend of the second character. The two friends start chit chat or discussion. You may not understand the concept of their discussion, at this moment, you involuntarily listen to their discussion without giving much more priority and you may divert your attention to some other point. Thus the relation and continuity of the communication breaks and the understanding goes vain.

Chapter - 4

نان وربل کمیونکیشن

Non-Verbal Communication

یعنی

غیر زبانی یا اشاری مواصلات

لوگوں کے درمیان بذریعہ اشارہ مواصلات غیر زبانی مواصلات یا نان وربل کمیونکیشن کہلاتے ہیں۔ جس میں ذیل کے نکات شامل ہیں؛

☆ جسمانی زبان یعنی جسمانی حرکات وسکنات۔ ہاتھ ہلانا، مصافحہ کرنا، شیک ہینڈ، بائے بائے کہنا، انگلیوں سے اشارہ کرنا جیسے خبردار کرنا، کامیابی کا نشان 'وی' کو ظاہر کرنا وغیرہ۔

☆ قربت

☆ طبعی ماحول

☆ ظاہر

☆ آوازیں

☆ لمس

☆ وقفہ (گفتگو کے دوران وقفہ دینا)

☆ آنکھ سے آنکھ ملانا (Eye Contact)، غور سے دیکھنا، گھور کر دیکھنا، پلک جھپکے بغیر دیکھنا، خواہش سے دیکھنا، نفرت سے دیکھنا، دھیرے دھیرے پلک جھپکنا، بار بار پلک جھپکنا، آنکھوں کو گھمانا، آنکھیں موند لینا وغیرہ۔

غیر زبانی عناصر میں طفیلی زبان (Paralanguage) جس میں آواز کا معیار، شرح، پچ، آواز کی بالائی یا پستی، بولنے کا ڈھنگ، علامات جیسے قوافی، لب ولہجہ، دباؤ، رموز واوقاف وغیرہ یہ سب مواصلات میں یا تو مددگار ہیں یا اہم عناصر ہیں۔

تحریری طرز بھی مواصلات اور دو افراد کے درمیان پیغام رسانی میں معاون ثابت ہوئے ہیں۔ جن کو تین میدانوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے

۱۔ ماحولی حالات جہاں پر مواصلات پیش ہوتے ہوں۔

۲۔ مرسل اور سامع کے طبعی خصوصیات۔

۳۔ مواصلات کے درمیان ان کا سلوک۔

غیر زبانی مواصلات میں شعوری اور غیر شعوری طور پر مرسل اور وصول دہندہ کے درمیان ضابطہ کاری (Encoding) اور ضابطہ کشائی (Decoding) کا پروسس پیش آتا ہے۔ ضابطہ کاری کے فعل میں انفارمیشن کو جزیٹ کیا جاتا ہے جیسے

☆ چہرے کے مظاہرے (Facial Expressions)

☆ جسمانی حرکات وسکنات

یہ غیر زبانی علامات دیگر معلومات ومفہوم کو بھی پیش کرتے ہیں۔

غیر زبانی پیغامات لوگوں کو اس بات کی طرف بھی راغب کرتے ہیں کہ:

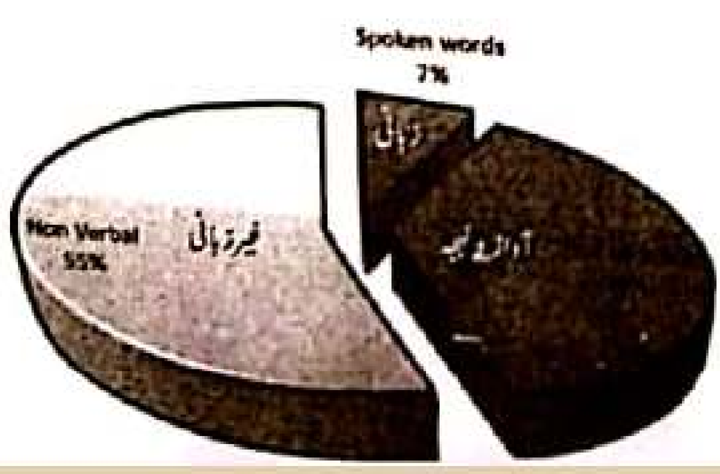
☆ جو باتیں کہی گئی ہیں، اگر ان میں ترمیم کی ضرورت ہے تو ترمیم بھی کر سکتے ہیں۔ کبھی ہاں کہہ کر ان تمام باتوں کی تصدیق بھی کر سکتے ہیں جن باتوں سے اتفاق رکھتے ہیں۔ کبھی کندھوں کو ہلا کر اپنے غم اور ناراضگی کا اظہار کر دیتے ہیں جہاں ناخوش ہو کر بھی خوش ہونے کی بات کا اظہار کر جاتے ہیں۔

☆ اپنے جذبات کے مظاہرے سے اپنا پیغام پیش کرتے ہیں۔

☆ لوگوں کے درمیان رشتوں کی بندش کا اظہار بھی کرتے ہیں۔

☆ لوگوں کو اپنی رائے پیش کرنے کا موقع فراہم کیا جا سکتا ہے۔

☆ مواصلات کی روانی کو قابو میں رکھا جا سکتا ہے، علامات کے ذریعے اپنی بات کو مکمل کرنے یا پھر دیگر باتوں کا اظہار کیا جا سکتا ہے۔



غیر زبانی مواصلات

غیر زبانی مواصلات کے اقسام

غیر زبانی مواصلات کئی قسم کے ہیں، ان میں ذیل کے اہم ہیں؛

جسمانی حرکات وسکنات: مثال کے طور پر ہاتھ ہلانا، سر ہلانا وغیرہ۔

☆ پوسچر: کیسے کھڑے رہیں، کیسے بیٹھیں۔ ہاتھوں کو کیسے موڑے رکھیں وغیرہ۔

☆ آئی کانٹیکٹ: اکثر آنکھوں کا ملانا اس بات کی تصدیق کرتا ہے کہ آگے والے پر کتنا بھروسہ ہے اور کتنا کیا جا سکتا ہے۔

☆ طفیلی زبان (پیرالینگویج): زبان کے ساتھ اس زبان کو پیش کرنے کا طریقہ کار جیسے اونچی اور نیچی آواز، لہجہ اور بولنے کی رفتار۔

☆ قربت اور افراد کا درمیانی فاصلہ: یہ اس بات کو ظاہر کرتا ہے کہ دو اشخاص کے درمیان فاصلہ کتنا ہے، اور ان کے درمیان تعلقات کا فاصلہ کتنا ہے۔

☆ چہرے کا مظاہرہ (فیشیل ایکسپریشن): مسکرانا، ہنسنا، ماتھے پر جھریاں لانا، پلکیں جھپکنا وغیرہ۔

☆ جسمانی تبدیلیاں: گھبراہٹ اور پریشانی میں پسینہ ہو جانا، تھر تھر کانپنا وغیرہ۔



Non verbal communications

Nonverbal communication between people is communication through sending and receiving wordless cues.
It includes the use of visual cues such as

- Body language
- Distance
- Physical environments/appearance,
- Voice (Paralanguage)
- Touch
- Eye contact
- Use of time

Just as speech contains nonverbal elements known as paralanguage, including voice quality, rate, pitch, volume, and speaking style, as well as prosodic features such as rhythm, intonation, and stress, so written texts have nonverbal elements such as handwriting style, spatial arrangement of words, or the physical layout of a page. However, much of the study of nonverbal communication has focused on interaction between individuals,

Where it can be classified into three principal areas:
(1) environmental conditions where communication takes place,
(2) physical characteristics of the communicators, and
(3) behaviors of communicators during interaction.

Nonverbal communication involves the conscious and unconscious processes of encoding and decoding. Encoding is the act of generating information such as facial expressions, gestures, and postures. Decoding is the interpretation of information from received sensations from previous experiences. Interpersonal communication is much more than the explicit meaning of words, the information or message conveyed. It also includes implicit messages, whether intentional or not, which are expressed through non-verbal behaviours.

Non-verbal communications include facial expressions, the tone and pitch of the voice, gestures displayed through body language (kinesics) and the physical distance between the communicators (proxemics).

These non-verbal signals can give clues and additional information and meaning over and above spoken (verbal) communication.

Non-verbal Messages Allow People To:

Reinforce or modify what is said in words. For example, people may nod their heads vigorously when saying "Yes" to emphasize that they agree with the other person, but a shrug of the shoulders and a sad expression when saying "I'm fine thanks," may imply that things are not really fine at all!

Convey information about their emotional state. Define or reinforce the relationship between people."Provide feedback to the other person. Regulate the flow of communication, for example by signaling to others that they have finished speaking or wish to say something.

Types of Non-Verbal Communication

The types of interpersonal communication that are not expressed verbally (with speech) are called non-verbal communications.

There are many different types of non-verbal communication. They include:

Body Movements (Kinesics), for example, hand gestures or nodding or shaking the head;

Posture, or how you stand or sit, whether your arms are crossed, and so on;

Eye Contact, where the amount of eye contact often determines the level of trust and trustworthiness;

Para-language, or aspects of the voice apart from speech, such as pitch, tone, and speed of speaking;

Closeness or Personal Space (Proxemics), which determines the level of intimacy;

Facial Expressions, including smiling, frowning and even blinking; and

Physiological Changes, for example, sweating or blinking more when nervous.

باڈی لینگویج کے آٹھ بنیادی عناصر Aspects of Body Language

ذیل کے آٹھ عناصر باڈی لینگویج کے عام عناصر مانے جاتے ہیں۔

☆ چہرہ (فیس): آپ کا چہرہ اظہارِ خیالات اور مواصلات کے لئے ایک بہترین وسیلہ ہے۔ ہنسی، مسکراہٹ، غصہ کا اظہار، اظہارِ بیزاری، چڑچڑاہٹ یہ تمام ان باتوں کو ظاہر کرتے ہیں جو آپ کہنا چاہتے ہیں۔

☆ آنکھیں: آنکھیں اکثر باڈی لینگویج کا پہلا رکن مانی جاتی ہیں جنہیں آپ دیکھتے ہیں اور سمجھتے ہیں۔ ان کا استعمال بصری ملاقات (ویژوول کانٹیکٹ) قائم کرنے یا نہ کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔

☆ پوسچر: آپ اپنے جسم کے اعضاء کو کس انداز سے رکھتے ہیں، جیسے سر، کاندھے، ہاتھ، پیر، کمر و دیگر کو کس طرز سے رکھتے اور ان کا مظاہرہ کرتے ہیں۔ آپ کے جسم کے یہ اعضاء علاحدہ طور پر کام کرتے ہیں اور کبھی مشترکہ طور پر۔ اور ان پوسچرز سے آپ غیر زبانی مواصلات کو ارسال کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر سر کا ہلانا، کاندھوں کو ہلانا، یا کمر ہلانا وغیرہ۔

☆ جیسچرس: آپ کے جیسچرس کبھی زبانی تو کبھی غیر زبانی مواصلات کا اظہار کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر آپ کسی کو سلام کرنا چاہتے ہیں مگر زبان سے نہیں کہتے صرف ہاتھ سر تک لے جاتے ہیں اور سلام کا پیام بھیج دیتے ہیں۔ کبھی کبھار کسی بات کی طرف توجہ دلانا چاہتے ہیں یا دباؤ ڈال کر شدت سے بتانا چاہتے ہیں تو اپنے ہاتھوں کا استعمال کر لیتے ہیں یہی جیسچرس ہیں۔

☆ آواز: آپ کی آواز زبان کا اظہار کرتی ہے، لیکن یہ غیر زبانی مواصلات کا حصہ ہے۔ مثال کے طور پر آپ کے بات کرنے کا لہجہ، آواز کی بلندی، جذبات، چیخ، غلبہ و دبدبہ یہ تمام آپ کے پیغام پر اثر کرتے ہیں جو کہ باڈی لینگویج کا حصہ ہیں۔

☆ حرکات: آپ کے حرکات، خواہ وہ تمام جسم کے ہوں یا کسی اعضا کے، محرک اور حاکمانہ ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر اگر آپ کسی فرد کی طرف بڑھتے ہیں تو یہ ظاہر ہوتا ہے کہ آپ غالب آنا چاہتے ہیں یا پھر خود کو درست ظاہر کرنا چاہتے ہیں۔ اگر کسی فرد سے دوری اختیار کرتے ہیں تو پیغام یہ جاتا ہے کہ آپ اس سے گریز کر رہے ہیں یا اس کی طاعت میں آگئے ہیں یا پھر قریب آنا چاہتے ہیں۔

☆ لمس: باڈی لینگویج کا ایک بہت ہی طاقتور عنصر ہے۔ اس سے آپ مواصلات یا پیغام کو کئی طرح سے اظہار کر سکتے اور سمجھ بھی سکتے ہیں۔ اس لمس کو چار زمروں میں بانٹا گیا ہے، دوستانہ، پیشہ ورانہ، سماجی اور قربتی۔

☆ آپ کا جسمانی ظاہر: جس میں ملبوسات، کپڑے، پاکی صفائی، جسمانی

شکل ،اور دیگر وہ باتیں جو آپ کے ظاہر کو بیان کرتی ہیں۔ مثال کے طور پر آپ کسی میت پر گئے ہیں تو وہاں کس قسم کے کپڑے پہن کر جاتے ہیں، اور گھر میں کوئی دعوت ہو تو کس قسم کے کپڑے پہنتے ہیں۔

Aspects of Body Language or The Eight Primary Elements of Body Language

The aspects or eight primary elements of body language are commonly listed as follows:

Face - Your face is a major source of expression when communicating with others. It can smile, frown, remain neutral, show anger, show disgust, indicate you want to speak, and show interest.

Eyes - Your eyes are often the first piece of body language others see or notice. They can be used to make visual contact, avoid visual contact, express feelings based on intensity and length of eye contact, and the like.

Posture - Your posture includes how you hold your head, shoulders, legs, arms, and hips. Each of these parts of your body work separately as well as together to send non-verbal cues. Examples include tilting your head, slumping your shoulders, turning your hips sideways, and the like.

Gestures - Your gestures can be related to verbal communication or unrelated to verbal communication. For instance, you might wave at another person as a way of saying 'hello', but you do not have to actually say the word out loud for the message to be clear. Or, you might use hand gestures to emphasize a key point during a speech or presentation; in this case, your gesture is related to the verbal communication.

Voice - Your voice is used to verbalize language, but is an integral part of your non-verbal communication. For instance, your tone of voice, volume, emotion, pace, and the like, all influence the messages you send as part of your body language.

Movement - Your movement, whether using your entire body or just part of your body, is both flexible and commanding. For instance, moving toward another person may send a message of dominance or assertiveness, while moving away from another person may send a message of avoidance, submission, or simply bringing the interaction to a close.

Touch - This is one of the most powerful elements of body language. It is capable of communicating so many different messages, and can also be interpreted in so many different ways. Touch is usually divided into four main categories: friendship, professional, social, and intimacy.

Appearance - Your physical appearance includes clothing, neatness, body shape, and anything else that provides visual messages and cues to other people. For instance, you dress conservatively and formally for a funeral, but casually and informally for a backyard feast.

آئی کانٹیکٹ Eye Contact

آئی کانٹیکٹ تب پیش آتا ہے جب کوئی دو افراد ایک دوسرے کی آنکھوں میں بیک وقت دیکھتے ہیں۔

انسانوں میں آئی کانٹیکٹ ایک قسم کے غیر زبانی مواصلات ہیں اور یہ عمل سماجی سلوک واخلاق پر کافی گہرا اثر رکھتا ہے۔ ۱۹۶۰ء میں مغرب میں مروج یہ لفظ ایک بہترین خود اعتمادی، عزت اور سماجی مواصلات کی علامت اور مفہوم سے بھرا فعل تصور کیا جاتا تھا۔ اس کا رواج مختلف سماجی گروہوں میں مختلف طور پر رائج محسوس اور تصور کیا جاتا ہے، جس میں مذہبی اور سماجی امتیاز کا رنگ اس کے مفہوم کو بدل دیتا ہے۔

آئی کانٹیکٹ یا آنکھ دو چار کرنے یا ہونے کے مطالعہ کو 'اوکولیسکس' (Oculesics) کہتے ہیں۔

سماجی مفہوم

آئی کانٹیکٹ اور فیشیل ایکسپریشن سوشیل اور جذباتی انفارمیشن مہیا کرتے ہیں۔ اکثر لوگ غیر رضاکارانہ طور پر لوگوں کی آنکھوں میں مثبت اور منفی علامات کو تلاش کرتے رہتے ہیں۔ آنکھوں کا دو چار ہونا جذبات کا ایک مضبوط رشتہ اجاگر کرتا ہے۔

آئی کانٹیکٹ اشکباری اور چھیڑ خانی میں بھی اہم رول ادا کرتا ہے، کئی حالات میں دوسروں کی خواہشات کی پیمائش بھی کرتا ہے۔

باہمی آئی کانٹیکٹ کی ابتدائی علامات یوں ہیں کہ یہ پہلی سرسری نظر سے شروع ہوتا ہے اور بار بار تکتے جانے پر قائم ہوتا ہے۔

سماجی اخلاق کی بنیاد پر کسی مجمع میں لوگوں کی طرف سرسری یا بار بار تکنا آداب کے خلاف مانا جاتا ہے، لہٰذہ محفلوں میں اس آئی کانٹیکٹ کو منع ہی کر دینا بہتر ہے تاکہ دیگر افراد کی خلوت میں خلل نہ پہنچے۔

اثرات

جب دو یا دو سے زیادہ افراد بات کرتے ہیں، تو ایسی حالت میں متکلم اکثر دیگر لوگوں سے آئی کانٹیکٹ میں آجاتا ہے۔ اس طرح آئی کانٹیکٹ کے نتیجے میں عوام سے گفت وشنید کرنے کی امید ظاہر ہو جاتی ہے۔

آئی کانٹیکٹ کے متعلق گفتگو کرنا ایک مشکل امر ہے۔ کیونکہ یہ امر کس زاویہ پر ہو رہا ہے اور اسے کس زمرے میں ڈالیں، اس کی پیمائشات کو بیان کرنا نہایت مشکل کام ہے۔ اسی لئے آئی کانٹیکٹ کو لوگوں کے ثقافت اور اخلاقیات پر مبنی قرار دیا جاتا ہے۔

توجہ مواصلات

ایک فرد کی توجہ کس طرف ہے؟ اس بات کا پتہ اس وقت چلتا ہے جب دیکھا جائے کہ اس کی نگاہیں کس سمت رجوع ہیں۔

مطالعہ میں مددگار

سنہ ۲۰۰۰ء کی تحقیقات اس بات کی تصدیق کرتی ہیں کہ آئی کانٹیکٹ کسی بھی انفارمیشن کے ریٹینشن (Retention) اور اعادہ (Recall) میں موثر ثابت ہوئی ہیں، اور موثر تعلیم کے فروغ میں معاون ثابت ہوئی ہیں۔

دشواریاں

چند افراد کو آئی کانٹیکٹ دشوار کن لگتا ہے۔ مثلاً ایسے افراد جن کو آٹسٹک ڈزآرڈر (Autistic Disorder) اور بے چینی کی شکایت ہے انہیں آئی کانٹیکٹ ایک دشوار کن امر ہے۔

آئی ایورژن اور مینٹل پروسیسنگ

Eve aversion and mental processing

یونیورسٹی آف سٹرلنگ برطانوی ماہر نفسیات کے مطالعہ میں یہ بات سامنے آئی کہ پانچ سال کے بچوں میں آئی کانٹیکٹ نہ کرنے والے بچے سوالات کے جوابات اچھے طریقے سے دے پائے جب کہ آئی کانٹیکٹ کرنے والے بچے جوابات ٹھیک نہ دے پائے۔ بڑوں میں یہ دیکھا گیا کہ جب کسی کو سنتے ہیں تو ان کے چہروں کی طرف دیکھتے ہیں آنکھ ملاتے اور کارآمد معلومات کو بہ آسانی حاصل کر لیتے ہیں۔ اس طرح چہروں پر نگاہیں

روکنے کو ذہن ضروری محسوس کرتا ہے اور ذہن اپنے اندران تمام امور کا پروسیسنگ کرتا ہے۔

آئی کانٹیکٹ اور نالج شیئرنگ

Eye Contact and knowledge sharing

ایک اور تحقیقی مطالعہ میں یہ مشورہ سامنے آیا کہ اپنے ساتھ شریک کارکنوں کے ساتھ آئی کانٹیکٹ سے نالج شیئرنگ میں اضافہ ہوا۔ نیز ایک اور وضاحت یہ ابھر کر سامنے آئی کہ آئی کانٹیکٹ سے دوسروں کو قائل و مائل کرنے میں کافی مدد ملتی ہے۔ یہ افراد کے رویوں پر منحصر ہے کہ ان کا یہ آئی کانٹیکٹ کہاں تک مثبت ہے اور کہاں تک منفی زاویہ رکھتا ہے۔

Eye contact

Eye contact occurs when two people look at each other's eyes at the same time. In human beings, eye contact is a form of nonverbal communication and is thought to have a large influence on social behaviour. Coined in the early to mid-1960s, the term came from the West to often define the act as a meaningful and important sign of confidence, respect, and social communication. The customs and significance of eye contact vary between societies, with religious and social differences often altering its meaning greatly. The study of eye contact is sometimes known as oculesics.

Social meanings

Eye contact and facial expressions provide important social and emotional information. People, perhaps without consciously doing so, search other's eyes and faces for positive or negative mood signs. In some contexts, the meeting of eyes arouses strong emotions.

Eye contact is also an important element in flirting, where it may serve to establish and gauge the other's interest in some situations.

Mutual eye contact that signals attraction initially begins as a brief glance and progresses into a repeated volleying of eye contact.

In the process of civil inattention, strangers in close proximity, such as a crowd, avoid eye contact in order to help maintain their privacy.

Effects

When two or more individuals talk, the person that talk is used to being looked at. Therefore, making eye contact can make other people expect conversation. Discussing eye contact is actually quite difficult because any attempt to categorize the degree (of sustained contact or measure of directness) and the nature of the eye contact is nearly guaranteed to contain a lot of descriptors derived from one's own cultural predisposition.

Communicating attention

A person's direction of gaze may indicate to others where his/her attention lies.

Facilitating learning

In the 2000s, studies suggest that eye contact has a positive impact on the retention and recall of information and may promote more efficient learning.

Difficulty

Some people find eye contact difficult with others. For example, those with autistic disorders or social anxieties may find eye contact to be particularly unsettling.

Eye aversion and mental processing

In one study conducted by British psychologists from the University of Sterling among 20 British children at the age five, researchers concluded that among the children in the study, the children who avoid eye contact while considering their responses to questions are more likely to answer correctly than children who maintain eye contact. While humans obtain useful information from looking at the face when listening to someone, the process of looking at faces is mentally demanding and takes processing.

Eye contact and knowledge sharing

Another study suggests that eye contact can increase knowledge sharing with a co-worker. One explanation of this concerns that direct eye gaze increases convincingness. Yet, it also depends on individuals attitude whether eye contact has positive or negative persuasion effects.

دوسروں کے جذبات اور احساسات کی شناخت

یہ ایک نفسیاتی عمل ہے جو انسانوں کے جذبات کی نشاندہی کرتا ہے۔ یہ اخلاقیات اور کردار پر منحصر ہے۔

دوسروں کے ساتھ گفتگو کے دوران جذبات میں آجانا عام بات ہے۔ خواہ آپ کے ارادے اچھے ہوں مگر کبھی کبھی یہ خطرہ بھی لاحق ہو جاتا ہے کہ تم دوسروں کے جذبات کو ٹھیس پہنچا دو۔

دوسروں کے جذبات کی قدر دانی کا بہترین طریقہ کار یہ ہے کہ ان کو غور و فکر کے ساتھ سنا

جائے اور نرمی سے کہا اور بولا جائے۔ ساتھ ساتھ یہ بھی خیال رکھا جائے کہ آپ کے جذبات بھی مجروح ہونے نہ پائیں۔

جذبات کے متعلق سماجی اشاروں کی نشاندہی کرنا۔

1۔ چہرے کی طرف غور سے دیکھنا: چہرہ انسانی جسم کا وہ اہم عضو ہے جو جذبات کا اظہار کرتا ہے۔ اگر آپ دیکھنا چاہتے ہیں کہ کون غمزدہ ہے، پریشان ہے، اکیلا ہے یا درد سے دوچار ہے، تو ایسی صورتحال میں اس شخص کے چہرے کے ظاہر کو دیکھئے۔

کچھ جذبات ایسے ہیں جو آفاقی مانے جاتے ہیں جو ہر سماج، تہذیب تمدن اور گروہ میں دیکھے جاسکتے ہیں۔ وہ ہیں غم وخوشی، تعجب، اختلاف، غصہ، بیزاری اور خوف۔

چہرے کے مظاہرے دفعتاً بدلتے رہتے ہیں۔ اکثر ایک سے دو جذبات ایک ہی مرتبہ ظاہر ہوجاتے ہیں۔ جیسے تعجب کے ساتھ خوف کا اظہار ایک ہی مرتبہ پیش آسکتا ہے۔

2۔غم کے اشاروں کو سمجھنا:

جب کوئی غم زدہ رہتا ہے تو آپ اُس کے غم کو اس کے چہرے پر آسانی سے دیکھ سکتے ہیں۔ ایسا نہیں کہ کسی الٹے کارٹون کو دیکھ رہے ہوں جو مسکراہٹ کے لئے بنایا گیا ہو۔

آپ اس غمزدہ شخص کے چہرے کو غور سے دیکھیں تو ان باتوں کا پتہ چلے گا؛

ہونٹ کچھ ڈھیلے ہوکر نیچے کی جانب جھکے ہوں گے،

جبڑے اوپر کی جانب بڑھے ہوں گے

آنکھوں کے ابرو کے اندرونی کنارے تھوڑا اندرونی جانب آئے ہوئے نظر آئیں گے۔

ابرو مثلث شکل میں نظر آئیں گے۔

3۔خوف کے علامات کو پہچاننا۔

اگر آپ حساس ہیں، تو دوسروں کے خوف کو پہچان کر ان کی زندگی اور سلوک میں کافی تبدیلی لا سکتے ہیں۔ اگر کوئی خوفزدہ ہے تو اس کا منہ کھلا رہے گا اور ہونٹ تنگ ہو کر پیچھے کی جانب کھینچے ہوئے نظر آئیں گے۔ اور ابرو کھینچے ہوئے ایک ہی سیدھ میں نظر آئیں گے۔ اور اگر پیشانی کا جائزہ لیں تو اس پر بل پڑے ہوئے نظر آئیں گے۔ آنکھوں کا اوپری لڈ (ڈھکن) اوپر کی جانب اٹھا ہوا نظر آئے گا۔ نیچے کا لڈ تنگ نظر آئے گا۔ آنکھ کا اوپری آئی بال نظر تو آئیگا مگر نیچے کا نہیں۔

4۔جسم کے حرکات اور پوسچر کو دیکھنا۔

کسی شخص کی تھکان کا اظہار اس کے تھکے کاندھے اور ڈھیلے ڈھالے ہاتھ ظاہر کریں گے۔ اگر کوئی شخص دفاعی انداز میں ہوگا تو اپنے ہاتھوں کو کراس شکل میں رکھے گا یا اپنے سر کو ہلائے گا۔ اگر آپ ان اشاروں کی طرف غور کریں گے تو دوسروں کے جذبات کو آسانی سے پہچان سکیں گے۔

اگر آپ ان حرکات وسکنات سے ناواقف ہیں تو آپ اس شخص سے زبانی سوالات کر کے جوابات حاصل کر سکتے ہیں۔

اگر وہ شخص اس بات سے ناآشنا ہے کہ وہ کیا مواصلات یا پیغام ارسال کر رہا ہے، ایسی صورت میں وہ شخص کہے گا کہ سب کچھ ٹھیک ہے، جب کہ ایسا نہیں ہوتا۔

5۔ آواز کا انداز کیا بیان کرتا ہے اس بات کی طرف غور کریں۔

اکثر لوگ اپنی آواز درس یا ایونٹ (Event) کے کمرے کا سائز اور سامعین کی تعداد کو مد نظر رکھ کر گفتگو کرتے ہیں، تاکہ مناسب آواز سامعین تک جائے اور وہ بات کو اچھی طرح سے سمجھ سکیں۔ اگر آپ بڑے کمرے میں ہیں اور بلند آواز سے بیان کر رہے ہیں تو اس کا مطلب یہ ہے کہ آپ کی آواز سامعین تک پہنچے۔ ٹھیک اسی طرح چھوٹے کمرے میں بلند آواز غم و غصے اور ناراضگی کا اظہار کرتی ہے۔

اگر کوئی شخص بات کرنے میں دقت محسوس کر رہا ہے تو اس کا مطلب ہے کہ وہ پریشان ہے اور رونے پر تلا ہے۔

اگر وہ طنزیہ طور پر کچھ بیان کر رہا ہے تو اس کی آواز میں لچک ہوگی۔ جس کا مطلب طنز و مزاح اور مذاق کرنا ہے۔

Recognizing emotions and being sensitive to other s feelings and emotions

" Recognition of Emotions is process of identifying human emotions "

It is a Psychological Process, which depends on behaviour.

Conversations with your friends can sometimes get emotional. Even if your intentions are good, you might be in danger of hurting someone's feelings. The best way to be sensitive to other people's feelings is to listen carefully to what they have to say, and to speak kindly. It's important to learn ways to take care of your own feelings as well.

Recognizing Social Cues about Emotions

1. Pay attention to the person's face. The face is the part of the body that is most likely to show emotions. If you're trying to determine whether someone is sad, upset, lonely or otherwise in pain, start by looking closely at the person's facial expression.

Unlike some social cues, the seven basic facial expressions are said to be universal in expression across all cultures. These expressions are joy, surprise, contempt, anger, disgust, sadness, and fear.

Facial expressions change rapidly, and may communicate more than one emotion at a time. For example, the person's face may show both amusement and fear if something very surprising has happened.

2. Learn the signs of sadness. When someone is sad, you'll likely be able to see it on his face. It won't look like a cartoon drawn with an upside-down smile, but the corners of the person's lips are likely to be slightly drawn down, while the jaw comes up.

The inner corners of the person's eyebrows will be pulled slightly inward, and up towards the forehead.

Look for the skin below the person's eyebrow to appear slightly triangulated, with inner corner turning up.

3. Be aware of signs of fear. Being sensitive to when someone's afraid can help you alter your own behavior. When someone is afraid, her mouth will likely be held open with her lips slightly stretched and drawn back. Eye brows are usually raised and drawn together in a flat line.

Examine forehead, and look for wrinkles in the center between the brows, not across.

If someone's afraid, the upper eyelid will be raised, while the lower lid is tense. The upper white of the eye will be visible, but not the lower.

4. Consider body movement and posture. Signs of someone's fatigue might include slumping shoulders and loosely held limbs. If a person feels defensive, he may cross his hands, or shake his head. If you're attentive to these cues, you'll be more aware of another person's feelings.

If you're not sure if you're interpreting the person's body language correctly, it's usually okay to ask the person verbally. However, if the person himself isn't aware what he's communicating, he might respond by telling you everything's fine when it really isn't.

5. Think about what vocal tone might communicate. Most people naturally modulate their tone of voice to suit the size of the room, i.e., in order to be heard. If you're in a large room, and the person is speaking loudly, it's likely that he/she's just trying to be heard. However, the same vocal tone in a small space can indicate frustration, anger or fear.

If the person is finding it difficult to talk, it's possible that he/she's upset or close to tears.

If he/she's speaking in an arch, overly articulate manner, it's likely that he/she's being sarcastic. Since sarcasm is a form of teasing.

تحریری کمیونکیشن اور موڈز آف کمیونکیشن

Written Communication and Modes of Communication

تحریری مواصلات میں تحریری اشارے یا علامتیں مواصلات کے لئے استعمال کی جاتی ہیں۔

ایک تحریری پیغام طبع (پرنٹیڈ) یا ہاتھوں کی تحریر کردہ ہوتا ہے۔

تحریری مواصلات میں پیغام رسائی بذریعے ای میل، رپورتاژ (رپورٹ) میمو وغیرہ کے ذریعے کی جاتی ہے۔ اس تحریری مواصلات میں اصطلاحات، قواعد (گرامر) کا استعمال، طرز تحریر، اختصار اور زبانی وضاحت وغیرہ کافی اثر رکھتے ہیں۔

تحریری مواصلات ایک عام اور اہم مواصلاتی طرز ہے جو تعلیم، تحقیق اور تجارت میں مستعمل ہے۔اس لئے اس کا دائرہ وسیع ہے۔

میموز، رپورٹز، بولیٹنز (Bulletins)، جاب تفصیلات، ملازمین کے مینیول اور الیکٹرانک میل وغیرہ تحریری مواصلات، داخلی مواصلات (انٹرنل کمیونکیشن) کے لئے استعمال کئے جاتے ہیں۔

خارجی یا بیرونی ماحول میں تحریری مواصلات کے لئے الیکٹرانک میل، انٹرنیٹ ویب سائٹس، خطوط، پروپوزلز، ٹیلی گرامز، فیکس، پوسٹ کارڈز، کانٹریکٹس، اشتہار (ایڈورٹائزمینٹز، بروشرز اور نیوز ریلیز) وغیرہ استعمال کئے جاتے ہیں۔

تحریری مواصلات کے فوائد:

پیغامات کو ارسال کرنے سے پہلے کئی مرتبہ ایڈیٹ اور ریوائز کیا جا سکتا ہے۔
تحریری مواصلات ہر پیغام کے ریکارڈ کو فراہم کرتے ہیں اور بعد ازیں مطالعہ کے لئے محفوظ بھی کئے جا سکتے ہیں۔
تحریری مواصلات یا پیغامات وصول دہندہ کو سمجھنے میں کافی مفید ثابت ہوتے ہیں اور اس کو اپنی رائے پیش کرنے میں آسانی بھی ہوتی ہے۔

تحریری مواصلات کے نقصانات:

جس طرح زبانی مواصلات میں فی الفوری رائے (فیڈ بیک) حاصل ہوتی ہے، ویسے اس تحریری مواصلات میں فوری طور پر فیڈ بیک حاصل نہیں ہوتا۔
تحریری پیغام کے کمپوزنگ کے لئے بنسبت زبانی مواصلات کے کافی وقت درکار ہوتا ہے۔ اور تحریری صلاحیت ہر کسی میں مکمل طور پر یا جزوی طور پر نہیں پائی جاتی جس کی وجہ سے پیغام تحریر کرنا دشوار کن ہوتا ہے۔

کمیونکیشن کے موڈز:

کمیونکیشن کے تین موڈز ہیں

1۔ انٹر پرسنل موڈ:

افراد گفتگو میں ملوث رہتے ہیں،
معلومات کو فراہم اور حاصل کرتے ہیں،

جذبات اور احساسات کا اظہار کرتے ہیں

اور آراء کا تبادلہ بھی کرتے ہیں۔

2۔انٹرپریٹیو موڈ:
افراد مختلف عنوانات پر اپنی بولی، زبان یا تحریر میں معلومات کو سمجھتے ہیں اور تفسیر

بھی کرتے ہیں۔

3۔پریزینٹیشنل موڈ:
افراد مختلف عنوانات پر اپنے معلومات، تصورات اور خیالات کو سامعین یا

قارئین کو پیش کرتے ہیں۔

Written Communication

In written communication, written signs or symbols are used to communicate. A written message may be printed or hand written. In written communication message can be transmitted via email, letter, report, memo etc. Message, in written communication, is influenced by the vocabulary & grammar used, writing style, precision and clarity of the language used.

Written Communication is most common form of communication being used in Education, Research and Business. So, it is considered as it has a broader scope in many folds of skills.

Memos, reports, bulletins, job descriptions, employee manuals, and electronic mail are the types of written communication used for internal communication. For communicating with external environment in writing, electronic mail, Internet Web sites, letters, proposals, telegrams, faxes, postcards, contracts, advertisements, brochures, and news releases are used.

Advantages of written communication includes:

Messages can be edited and revised many time before it is actually sent.

Written communication provides record for every message sent and can be saved for later study.

A written message enables receiver to fully understand it and send appropriate feedback.

Disadvantages of written communication includes:

Unlike oral communication, written communication doesn't bring instant feedback.

It takes more time in composing a written message as compared to word-of-mouth. and number of people struggles for writing ability.

Modes of Communications:

There are 3 comprehensive modes of communications.

1. Interpersonal Mode: Students engage in conversation, provide and obtain information, express feeling and emotion and exchange opinions.

2. Interpretive Mode: Students understand and interpret written and spoken language on a variety of topics.

3. Presentational Mode: Students present information, concepts and ideas to an audience of listeners or readers on a variety of topics.

Chapter - 5

کمپیوٹر معاون مواصلات Computer Aided Communication

آج کے دور جدید میں کمپیوٹر انسان کی زندگی کا اہم حصہ بن گیا ہے۔ بغیر کمپیوٹر کے انسانی زندگی کا کوئی بھی شعبہ کمزور سا محسوس کیا جانے لگا ہے۔ بغیر کمپیوٹر کے انسانی زندگی کا تصور کیا جانا بھی محال ہے۔ کرانے کے دُکان کی بل سے لے کر ہوائی جہاز کی ٹکٹ بکنگ تک کمپیوٹر کی مدد کے بغیر کسی کام تصور کیا جانا بھی دشوار ہے۔

چونکہ مواصلات بھی زندگی کا ایک اہم حصہ ہیں، لہٰذہ مواصلات بذریعہ کمپیوٹر ایک اہم میڈیا مانا جانے لگا ہے۔

کمپیوٹر ایڈیڈ کمیونکیشن Computer Aided Communication

مواصلات بذریعہ کمپیوٹرز اور اس کے ذیلی آلات یا الیکٹرانک میڈیا کمپیوٹر ایڈیڈ کمیونکیشن کہلاتا ہے۔ کمپیوٹرز، لیپ ٹاپ، ٹیب، اسمارٹ فون، موبائل اور دیگر الیکٹرانک آلات جو اکثر مواصلات کے میدان میں استعمال کیے جاتے ہیں۔

واصلات میں پیغامات کا ارسال اور حصول بذریعہ کمپیوٹرائزڈ (Computerized methods) کرتے ہیں۔ کمپیوٹر کو اہم ڈیوائز کے طور پر اور دیگر ڈیوئزیز (Devises) کو ذیلی آلات کے طور پر استعمال کرتے ہیں۔ اس طریقہ کار سے ان آلات کو استعمال کرتے ہوئے کئے جانے والے مواصلات کو کمپیوٹر معاون مواصلات کہتے ہیں۔

اس کمپیوٹر معاون مواصلات میں کئی طریقے، میڈیا، وسائل اور آلات استعمال کئے جاتے ہیں۔

☆ ای میل E-mail

ای میل کی تعریف: ای میل یا الیکٹرانک میل پیغام رسانی کا ایک عام ذریعہ ہے۔

ای میل کی سہولت فراہم کرنے والے ادارے؛

☆ یاہو (یاہو میل) Yahoo

☆ جی میل (گوگل میل) Google

☆ ری ڈف (ری ڈف میل) Rediff

☆ ہاٹ میل (مائکروسوفٹ) Hotmail

وغیرہ مشہور و عام ہیں۔

فوائد: ای میل آسانی سے لکھے، پڑھے، محفوظ اور ارسال کئے جاسکتے ہیں۔ خاص بات یہ ہے کہ کم خرچ میں یہ بھیجے اور پہنچائے جاسکتے ہیں۔

نقائص: ای میل میں انفارمیشن کا بوجھ زیادہ ہوتا ہے۔ جذبات سے خالی ہوتا ہے۔ سرد اور غیر انفرادی ہوتا ہے۔

☆ انٹرانیٹ Intranet: کسی پرائیویٹ ادارے کا ایسا نظام جو اس ادارے کے مواصلاتی نیٹ ورک کو جوڑتا ہے اور جوڑ کے رکھتا ہے۔

☆ ایکسٹرانیٹ Extranet : کسی ادارے کے ملازمین، خارجی سپلائرس، گاہکوں، اور سٹراٹیجک پارٹنرز سے جوڑنے والا مواصلاتی نیٹورک ایکسٹرانیٹ کہلاتا ہے۔

☆ ویڈیو کانفرینسنگ Video Conferencing : انٹرانیٹ اور ایکسٹرانیٹ کا ایکسٹینشن، جو ویڈیو لنکس کے ذریعے فیس ٹو فیس یا روبرو ورچیوول میٹنگز کا نظام پیش کرتا ہے۔

☆ سوشل نیٹورکنگ Social Networking : انٹرنیٹ کے ذریعے مختلف سوشل میڈیا مثلاً فیس بک، وھاٹس ایپ، مائی اسپیس، پروفیشنل، لنکڈ اِن، ویب بلاگز، ویب سائٹس ودیگر ذرائع ابلاغ کو ایک پلاٹفارم پر ایک دوسرے سے جوڑتا ہے۔

☆ ویب بلاگز Web Blogs : مختلف کمپنیوں کے سائٹس جہاں ملازم اپنے گاہکوں کو رہنمائی کرتے ہیں۔ کچھ کمپنیوں کے بلاگز ہوتے ہیں کسی کے نہیں۔ اکثر دیکھا گیا کہ منفی پیغامات زیادہ لکھے جاتے ہیں۔ بلاگ لکھنے والے کو بلاگر کہتے ہیں جہاں وہ اپنے خیالات کا اظہار کرتا ہے۔ کئی انفرادی بلاگز بھی ہیں جہاں بلاگر اپنی تحاریر اور خیالات پیش کرتا ہے۔

Computer Aided Communication Definition

Communication with the help of Computers and its allied devices or Electronic Media, Such as Computers, Laptops, Tabs, Smart Phones, Mobiles and other electronic devices that are used for communication.

In communication, sending and receiving the messages through the computerized methods and devices, using computer as an indispensable tool is said to be as Computer aided or helped communication.

Many methods, Medias, sources, devices are used in this computer aided communication.

Email : It is otherwise called as Electronic mail. It has both advantages and disadvantages.

Advantages : Easily and quickly written, sent, stored, forwarded; and low cost for distribution

Disadvantages : information overload, lack of emotional content, cold and impersonal.

Intranet : A network used by a private organization at organization-wide information network.

Extranet : An information network connecting employees with external suppliers, customers and strategic partners.

Video Conferencing : An extension of an Intranet or Extranet that permits face to face virtual meetings via video links.

Social Networking: face book, my space and professional networking Linkedin

Web blogs : Sites about companies where employees customers post comments. Some companies have policies as to content of logs, some don't have, and these can be harmful. There is a scope of large number of negative comments. A blog writer is called as Blogger where he writes his views. There are plenty of personal blogs, where the individual expresses his views.

فیسی میئل مشین (فیکس مشین)

Fascimile Machine (FAX Machine)

فیکس، فیسی میئل کا مخفف ہے۔ کبھی کبھی اس کو ٹیلی کاپینگ اور ٹیلی فیکس (ٹیلی فیسی میئل) بھی کہتے ہیں۔

1846ء میں اسکاٹش موجد الگزانڈر بیئن نے اس کو ایجاد کیا۔ شروع میں اس کا نام الیکٹرک پرنٹنگ ٹیلی گراف رکھا گیا تھا۔ پہلے اس کے ذریعے پیغام کا ارسال بذریعے ٹیلی گراف ہوا کرتا تھا۔

۱۹۶۴ء میں زیراکس کارپوریشن نے ٹیلی فون کے ذریعے پیغام ارسال کرنا شروع کیا۔ جس کو فیکس مشین کا نام دیا گیا۔

یہ ٹیلی فونی ارسال ہے، جس میں مواد یا تصویر کو اسکین (scan) کر کے ارسال کیا جاتا ہے۔ عام طور پر ایک ٹیلی فون نمبر ایک پرنٹر یا آؤٹ پٹ ڈیوائز سے جوڑا جاتا ہے۔ اور اصل ڈاکومنٹ اس فیکس مشین سے اسکین کیا جاتا ہے، جو سگنل کے ذریعے گرافک امیج بناتا ہے اور بٹ میپ امیج میں تبدیل کرتے ہوئے ارسال کرتا ہے۔

۲۱ویں صدی میں اس کا استعمال عروج پر رہا۔ لیکن آج کل ای میل نے اس کی جگہ لے لی ہے۔ ڈاکومنٹس کو اسکین کر کے ای میل اٹیچ منٹس کے ذریعے امیج کا ارسال عام ہو گیا ہے۔

FAX

What is Fax?

Facsimile Machine (FAX Machine)

Fax (short for facsimile), sometimes called telecopy-ing or telefax (the latter short for telefacsimile), is the telephonic transmission of scanned printed material (both text and images)?

Normally to a telephone number connected to a printer or other output device. The original document is scanned with a fax machine (or a telecopier), which processes the contents (text or images) as a single fixed graphic image, converting it into a bitmap, and then transmitting it through the telephone system in the form of audio frequency tones. The receiving fax machine interprets the tones and reconstructs the image, printing a paper copy.

History

1846 - Alexander Bain - Scottish - Chemical mechanical fax type device.
1880 - Shelford Bidwell - English - Scanning Phototelegraph.
1900 - Arthur Korn - German - Bildtelegraph.
1929 - Rudolf Hell - German - Hellschreiber (image scanning)
1948 - The Western Union - Deskfax
1964 - Xerox Corporation-LDX (Long Distance Xerography)
Late 1970 - Xerox - Fax market.
21st Century - Widely Used

Now Fax's place is taken over by Email, Social medias such as Whatsapp, Facebook and few others with the help of smartphones which have scanner apps in them.

Computer Facsimile Interface

Later It was linked with the computer for the communication purpose and called as Computer Facsimile Interface.

In the year 1985, Hank Magnuski, founder of GammaLink, produced the first computer fax board, called GammaFax

Printing process

During 1970s to the 1990s Fax machines used direct thermal printers with rolls of thermal paper as their printing technology.

In mid-1990s there has been a transition towards plain-paper faxes:- thermal transfer printers, inkjet printers and laser printers.

One of the advantages of inkjet printing is that inkjets can affordably print in colour.

کمپیوٹر ماڈل Computer Model

کمپیوٹر ماڈل یا ایک کمپیوٹر پر منحصر ماڈل ایک ایسا کمپیوٹر پروگرام ہوتا ہے جو کسی خاص موقع پر پیش ہونے والے واقعے کو سیمولیٹ کرنے کے لئے ڈیزائن کیا جاتا ہے۔

اسے ذیل کے طریقہ کاروں پر استعمال کیا جاتا ہے۔

☆ فلکیات

☆ معاشیات

☆ سائنسیس جیسے طبعیات (فزکس) اور حیاتیات (بیالوجی)

کمپیوٹر ماڈلز کو زلزلہ کا مظاہرہ سیمولیشن اور بلڈنگس کے ماڈل بنانے کے میدانوں میں استعمال کیا جاتا ہے۔

ایسے مشہور میدان جہاں کمپیوٹر ماڈلز استعمال کئے جاتے ہیں۔

☆ فضائی ماڈل جہاں موسمیات کی پیش گوئی کی جاتی ہے

☆ موسم کے ماڈلز جہاں موسم کی تبدیلیوں کی پہچان کی جاتی ہے۔

☆ ایجنٹ-بیسڈ ماڈلنگ جو مصنوعی انٹیلیجنس میں سماجی انٹریکشن کی سیمولیشن کے لئے استعمال کی جاتی ہے۔

کمپیوٹر ماڈلنگ کو کسی خاص مسئلہ کے حل کے لئے نیومیریکل انیلسس کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔ اور ان کی قدروں کو حاصل کرنے کے لئے سیمولیشن ٹیکنک کو استعمال کیا جاتا ہے۔

نیومیریکل ویدر پریڈکشنس کسی علاقائی موسم کو ناپنے کے لئے اکثر درست نہیں ہوا کرتے، اس لئے دیگر طریقہ کاروں کو بھی استعمال کیا جاتا ہے تا کہ ان سے مطابقت ہو سکے۔

سیمولیشن اور ماڈل

کمپیوٹر ماڈل الگورتھم اور مساواتوں پر مشتمل ہوتا ہے جسے ایک سسٹم کے سلوک کی پہچان کے لئے ماڈل کیا جاتا ہے۔

اس کے برعکس کمپیوٹر سیمولیشن ایک صحیح پروگرام کا عمل ہوتا ہے جس میں مساوات اور الگورتھم ہوتے ہیں۔

اس طرح سیمولیشن ایک ماڈل کو چلانے کا پروسیس ہوتا ہے۔

یوں کوئی بھی ایک سیمولیشن کو تیار نہیں کرتا بلکہ ماڈل کو تیار کرتا ہے، جس کے بعد ماڈل یا سیمولیشن کو چلایا جاتا ہے۔

Computer Model

A computer model or a computer based model is a computer program that is designed to simulate what might or what did happen in a situation.

They are used in the following ways;

- Astronomy
- Economics
- Sciences such as physics and biology.

Computer models are used in fields such as earthquake performance simulation and making models of buildings.

Well known areas which use computer models:

Models of the atmosphere for weather forecasts.
Climate models to predict climate change.
Agent-based modeling is used to simulate social interactions in artificial Intelligence.

Computer modeling often uses numerical analysis to approximate the real solution of the problem. Simulation techniques are then used to get values. Numerical weather predictions are too inaccurate to give a good local prediction of the weather, so other methods are used to adjust them.

Simulation Verses Model

A computer model is the algorithms and equations used to capture the behavior of the system being modeled. By contrast, computer simulation is the actual running of the program that contains these equations or algorithms. Simulation, therefore, is the process of running a model. Thus one would not "build a simulation"; instead, one would "build a model", and then either "run the model" or equivalently "run a simulation".

انٹرنیٹ سرفنگ اور سرچنگ اسکلز

Internet Surfing and searching Skills

انٹرنیٹ سرفنگ اور اس کے سرچنگ اسکلز کو جاننے سے پہلے آیئے یہ جانیں کہ انٹرنیٹ کیا ہے؟ اور سرفنگ کیا ہے؟

انٹرنیٹ کیا ہے؟

☆ باہمی طور پر جوڑے گئے کمپیوٹر نیٹ ورکس کے عالمی نظام کو انٹرنیٹ کہتے ہیں۔

☆ دنیا بھر میں آلات کو جوڑنے کے لئے یہ انٹرنیٹ پروٹوکول سوٹ (Internet Protocol Suit - IPS) استعمال کرتا ہے۔

☆ یہ کئی نیٹورکس کا نیٹورک ہے جس میں پرائیویٹ، پبلک، اکیڈمک، بزنس اور گورنمنٹ نیٹورکس جو لوکل اور گلوبل اسکوپ رکھتے ہیں پائے جاتے ہیں۔ ان سب کو ایک وسیع پیمانے کا Array جو الیکٹرانک، وائرلیس اور آپٹیکل نیٹورکنگ ٹیکنالوجی جوڑے رکھتا ہے۔

☆ انٹرنیٹ ایک وسیع پیمانے کا انفارمیشن اور اس کے وسائل اور سرویس اپنے ساتھ رکھتا ہے، مثلاً انٹرلنکڈ ہائپرٹیکسٹ ڈاکومنٹس اور www کے اپلیکیشنس، الیکٹرانک میل، ٹیلی فونی اور فائل شیئرنگ کے لئے پیر ٹو پیر نیٹورکس (Peer to peer network) وغیرہ۔

انٹرنیٹ سرفنگ کیا ہے؟

انٹرنیٹ سرفنگ ایک ایسی اصطلاح ہے جسے غیر ارادی طور پر ویب براؤزکرتے ہیں اور حسب ضرورت اور خواہش لنکس پر جاتے ہیں اور انٹرنیٹ کا سفر کرتے ہیں جس میں نہ کوئی منصوبہ، نہ حکمت عملی اور نا ہی کوئی ٹھوس مقصد ہوتا ہے۔

انٹرنیٹ سرچ اسکلز میں اضافہ کے لئے چند اہم نکات:

ذیل کے نکات انفارمیشن کی جانچ پڑتال اور وسائل کی پہچان میں معاون ہیں۔

☆ مطلوبہ موضوع پر چند اہم الفاظ کا انتخاب کرلیں

☆ سرچ انجن پر ان کو ٹائپ کرلیں

☆ رزلٹ لسٹ پر، URLs کو سکین (Scan) کرلیں جو ہر اینٹری کے نیچے کی جانب پائے جاتے ہیں۔

☆ لسٹ میں سے موزوں اور درست سورس لسٹ دیکھیں اور تلاش کریں

☆ گوگل اور یاہو دونوں میں تلاش کرکے دیکھیں، کیونکہ یہ دونوں سرچ انجن رزلٹس کو علیحدہ طور پر ظاہر کرتے ہیں۔

☆ اگر آپ سرچ پیج کے نیچے حصے میں یہ دیکھتے ہیں "repeat the search with the omitted results included." تو بہتر ہے کہ آپ اس کو کلک کریں اور مزید نتائج دیکھیں۔

اگر آپ فوراً ایک اچھا رزلٹ نہیں دیکھ پاتے ہیں تو آپ کو چاہیے کہ آپ دونوں سرچ انجن کے ریگولر سرچ پیج اور نیو سرچ پیج پر بھی تلاش کریں۔ نیا سرچ آپ کو گوگل کے پیج پر اوپری بائیں جانب اور یاہو کے پیج میں نیچے کی جانب نظر آتا ہے۔ ضرورت پڑنے پر more مینو پر بھی تلاش کر سکتے ہیں۔

Cache لنک کا بھی فائدہ اٹھایا جا سکتا ہے۔

آپ کے سرچ کرنے کے دوران اگر پیج خالی نظر آتا ہے یا پھر error message نظر آتا ہے، تو ایسی صورتحال میں مذکورہ انفارمیشن cache link پر بھی موجود رہتا ہے۔

cache بٹن کو گوگل پر تلاش کر کے cached پر کلک کریں۔ اسی طرح یاہو پر بھی۔ اگر لنک نہیں مل پا رہا ہے تو سمجھیں کو وہ لنک ٹوٹ گیا ہے اور مواد موجود نہیں ہے۔

Internet Surfing and Searching Skills

Before going to know about Internet Surfing and its searching skills, let us know about Internet and its surfing.

What is Internet?

The Internet is the global system of interconnected computer networks. It uses the Internet protocol suite (IPS) to link devices worldwide.

It is a network of networks that consists of private, public, academic, business, and government networks of local to global scope, linked by a broad array of electronic, wireless, and optical networking technologies. The Internet carries an extensive range of information resources

and services, such as the inter-linked hypertext documents and applications of the World Wide Web (WWW), electronic mail, telephony, and peer-to-peer networks for file sharing.

What is Internet Surfing?

Surfing the Internet is a term typically used to describe an undirected type of web of browsing where users whimsically follow one interesting link to another without a planned search strategy or definite objective.

Key Techniques Improve Your Internet Search Skills

How to Verify and Find the Strongest Source for Information?

Here are a few key techniques you can use to verify information and find the best sources:

Pick out several of the key words which would identify Internet posts on the topic. Type them into a search engine. On the results list, scan the URLs at the bottom of each entry. Look for the most reliable source listed.

Search both Google and Yahoo, as they often differ.

At the bottom of the search page, if you find "repeat the search with the omitted results included," it may be worthwhile to click it to find more results.

If you don't immediately find a good source, search both on the search engine's regular search page and its news search page. The news search can be found in the string of links at the very top left of the page on Google or in the dropdown "more" menu on Yahoo.

Take Advantage of the "Cache" Link

If you click on a search entry and it gives you a blank page or an error message, it will usually still be available at that cache link. To find the "Cache" button on Google, click on the green downward pointing arrow at the end of the second line and select "Cached". On Yahoo, click on "Cached" at the end of the second line.

آپریٹنگ سسٹم Operating System

آپریٹنگ سسٹم کمپیوٹر یوزر اور کمپیوٹر ہارڈ ویئر کے درمیان انٹرفیس (Interface) ہے۔ آپریٹنگ سسٹم ایک سافٹ ویئر ہے جو کمپیوٹر پر بنیادی امور جیسے فائل مینیجمنٹ، میموری مینجمنٹ، پروسیس مینجمنٹ، ان پٹ اور آؤٹ پٹ ڈیوائزیس کو ہینڈل کرتا ہے اور ڈسک ڈراؤرز اور پرنٹرز جیسے کنٹرولنگ پیریفرلز (Controlling peripherals) کو بھی ہینڈل کرتا ہے۔

چند مقبول آپریٹنگ سسٹم

- ☆ لینکس Lynux
- ☆ ونڈوز Windows
- ☆ اُبونٹو Ubuntu
- ☆ OS X
- ☆ VMS
- ☆ OS/400
- ☆ AIX
- ☆ z/OS

وغیرہ

تعارف

آپریٹنگ سسٹم ایک پروگرام ہے جو یوزر اور کمپیوٹر ہارڈ ویئر کے درمیان ایک انٹرفیس کی طرح کام کرتا ہے، اور ہر قسم کے پروگرامس کی کارکردگی کو کنٹرول کرتا ہے۔

آپریٹنگ سسٹم کی کارکردگیاں Functions درج ذیل ہیں۔

- ☆ میموری مینیجمنٹ (Memory management)
- ☆ پروسیسر مینیجمنٹ (Processor management)
- ☆ ڈیوائز مینیجمنٹ (Device management)
- ☆ فائل مینیجمنٹ (File management)
- ☆ سیکیورٹی (Security)
- ☆ سسٹم کی کارکردگی پر کنٹرول (Control over system performance)
- ☆ جاب اکاؤنٹنگ (Job accounting)
- ☆ خرابیوں کا پتہ لگانے میں مدد (Error detecting aids)
- ☆ دیگر سافٹ ویئر اور یوزرس کے درمیان کو آرڈینیٹ کرتا ہے (Coordination between other software and users)

میموری مینیج منٹ (Memory management) میموری مینیجمنٹ کا مطلب پرائمری میموری یا مین میموری (Main memory) کو مینیج کرتا ہوتا ہے۔ Main

memory ایک بہت بڑی الفاظ اور بائٹس کی لڑی ہوتی ہے جس میں الفاظ یا بائٹس خود اپنا پتا رکھتے ہیں۔

مین میموری ایک تیز ذخیرہ مہیا کرتا ہے جس پر سی پی یو راست طور پر رسائی رکھتا ہے۔ اگر کوئی پروگرام رونما ہوتا ہے تو وہ صرف مین میموری کی مدد سے ہوتا ہے۔ آپریٹنگ سسٹم میموری مینیجمنٹ کے لئے ذیل کی سرگرمیوں کو انجام دیتا ہے۔

☆ پرائمری میموری کو ٹریک کرتا ہے۔ کونسا حصہ کس نے استعمال کیا، یا پھر کونسا حصہ بغیر استعمال کے ہے۔

☆ ملٹی پروگرامنگ میں آپریٹنگ سسٹم یہ فیصلہ کرتا ہے کہ کونسا پروسیس میموری کو کب اور کتنی مقدار میں استعمال کرے گا۔

☆ پروسیس کی درخواست پر میموری کو مختص کرتا ہے۔

☆ اگر پروسیس کو میموری کی ضرورت نہ ہو تو وہ اس میموری کو واپس لے لیتا ہے۔

پروسیسر مینیجمنٹ (Processor management) :

ملٹی پروگرامنگ کے ماحول میں آپریٹنگ سسٹم یہ طے کرتا ہے کہ کس پروسیس کو پروسیسر چاہئے کب اور کتنے وقت کے لئے۔ اس فنکشن کو Process scheduling کہتے ہیں۔ آپریٹنگ سسٹم پروسیس مینیجمنٹ کے دوران ذیل کی کارکردگیاں انجام دیتا ہے۔

☆ پروسیسر اور اس کے اسٹیٹس (status) کو ٹریک کرتا ہے۔ اس ٹاسک کے ذمہ دار پروگرام کو traffic controller کہتے ہیں۔

☆ پروسیسر کو پروسیس کے لئے مختص کرتا ہے۔

☆ جب ضرورت نہیں تو اس کو ڈی الوکیٹ کرتا ہے۔

ڈیوائز مینیجمنٹ Device management:

آپریٹنگ سسٹم ڈیوائز کمیونیکیشن کو متعلقہ ڈراؤرز سے مینیج کرتا ہے۔اس میں ذیل کی کارکردگیاں اہم ہیں۔

☆ تمام ڈیوائسیز کو ٹریک کرتا ہے۔ اس ٹاسک کے ذمہ دار پروگرام کو I/O controller کہتے ہیں۔

☆ یہ متعین کرتا ہے کہ کونسا پروسیس کس ڈیوائس سے کب اور کتنے وقت کے لئے تعلق رکھتا ہے۔

☆ ڈیوائس کے لئے موثر راستہ طے کرتا ہے۔

☆ ڈیوائسیز کو ڈی الوکیٹ کرتا ہے۔

فائل مینیجمنٹ File management:

عام طور پر فائل سسٹم ڈائریکٹریز میں ترتیب شدہ ہوتا ہے جو نیوی گیشن اور استعمال کے لئے فائدہ مند ہوتا ہے۔ان ڈائریکٹریز میں فائلز اور دیگر ڈائریکٹریز موجود رہتے ہیں۔ فائل مینیجمنٹ کے لئے آپریٹنگ سسٹم ذیل کی کارکردگیاں عمل کرتا ہے۔

☆ انفارمیشن ،لوکیشن ، یوسیز، سٹیٹز کو ٹریک کرتا ہے۔ ان اجتماعی سہولیات کو فائل سسٹم کہتے ہیں۔

☆ یہ فیصلہ کرتا ہے کہ وسائل کو کون استعمال کرے گا۔

☆ وسائل کو مختص کرتا ہے۔

☆ وسائل کو غیر مختص یعنی De-allocate بھی کرتا ہے۔

دیگر اہم کارکردگیاں

آپریٹنگ سسٹم کی دیگر کارکردگیاں ذیل کی ہیں

☆ سیکیورٹی Security: پاس ورڈ اور دیگر تکنیکی طریقوں سے پروگرام اور ڈیٹا تک دیگر غیر مجاز رسائیوں کو روکتا ہے۔

☆ سسٹم پرفارمینس پر کنٹرول Control over system performance: سروس کے لئے درخواست اور سسٹم کے جواب کے درمیان وقفہ اور تاخیر کو ریکارڈ کرتا ہے۔

☆ جاب اکاؤنٹنگ Job accounting: مختلف جابس اور یوزرس سے استعمال شدہ وسائل اور اوقات کو ٹریک کرتا ہے۔

☆ Error Detecting Aids: ڈمپس، ٹریسیس، ایرر میسج اور دیگر ڈی بگنگ اور ایرر ڈٹکٹنگ ایڈس کو تیار کرتا ہے۔

☆ سافٹ ویئر اور یوزرس کے بیچ آرڈینیٹ کرتا ہے: کامپیئرس، انٹرپریٹرس، اسمبلرس اور دیگر سافٹ ویئر کے اسائنمنٹ کو یوزرس اور کمپیوٹر سسٹمس سے کوآرڈینیٹ کرتا ہے۔

Operating System

An Operating System (OS) is an interface between computer user and computer hardware. An operating system is a software which performs all the basic tasks like file management, memory management, process management, handling input and output, and controlling peripheral devices, such as disk drives and printers.

Some popular Operating Systems include Linux, Windows, Ubuntu, OS X, VMS, OS/400, AIX, z/OS, etc.

Definition

An operating system is a program that acts as an interface between the user and the computer hardware and controls the execution of all kinds of programs.

Following are some of important functions of an operating System.

- Memory Management
- Processor Management
- Device Management
- File Management
- Security
- Control over system performance
- Job accounting
- Error detecting aids
- Coordination between other software and users

Memory Management

Memory management refers to management of Primary Memory or Main Memory. Main memory is a large array of words or bytes where each word or byte has its own address.

Main memory provides a fast storage that can be accessed directly by the CPU. For a program to be executed, it must in the main memory.

An Operating System does the following activities for memory management ?

Keeps tracks of primary memory, i.e., what part of it are in use by whom, what part is not in use.

In multiprogramming, the OS decides which process will get memory when and how much.

Allocates the memory when a process requests it to do so.

De-allocates the memory when a process no longer needs it or has been terminated.

Processor Management

In multiprogramming environment, the OS decides which process gets the processor when and for how much time. This function is called process scheduling.

An Operating System does the following activities for processor management ? Keeps tracks of processor and status of process. The program responsible for this task is known as traffic controller.

Allocates the processor (CPU) to a process.

De-allocates processor when a process is no longer required.

Device Management

An Operating System manages device communication via their respective drivers. It does the following activities for device management ?

- Keeps tracks of all devices. Program responsible for this task is known as the I/O controller.
- Decides which process gets the device when and for how much time.
- Allocates the device in the efficient way.
- De-allocates devices.

File Management

A file system is normally organized into directories for easy navigation and usage. These directories may contain files and other directions.

An Operating System does the following activities for file management ?

- Keeps track of information, location, uses, status etc. The collective facilities are often known as file system.
- Decides who gets the resources.
- Allocates the resources.
- De-allocates the resources.

Other Important Activities

Following are some of the important activities that an Operating System performs

Security : By means of password and similar other techniques, it prevents unauthorized access to programs and data.

Control over system performance : Recording delays between request for a service and response from the system.

Job accounting : Keeping track of time and resources used by various jobs and users.

Error detecting aids : Production of dumps, traces, error messages, and other debugging and error detecting aids.

Coordination between other software and users : Coordination and assignment of compilers, interpreters, assemblers and other software to the various users of the computer systems.

کمپیوٹر کا استعمال برائے ترقی مواصلاتی مہارات

Use of Computers in Developing Communication Skills

یہ ملینیم ٹیکنالوجی کی تیز ترقی اور گلوبلائزیشن کا دور ہے۔ انسان ٹیکنالوجی اور اس کے دیگر پہلوؤں کو اپنی روزمرہ کی زندگی میں استعمال کرتا ہے۔ ہر دن ٹیکنالوجی ترقی کر رہی ہے۔ ہر فرد خود کو اپڈیٹ کرنے کی دھن میں لگا ہوا ہے، کیونکہ اسے اس جدید تکنیکی دور میں اپنے وجود کو برقرار رکھنا ہے۔ ساتھ ساتھ کئی ٹیکنالوجیز ہیں جن کا اثر استعمال اور اس سے جڑے مسائل کو پہچاننا اور انہیں حل کرنا ہے۔ کمیونکیشن اسکلز کو ترقی دینے کے لئے جدید ٹیکنالوجیز درج ذیل ہیں۔

- ☆ کمیونکیشن لیب Communicaiton Lab
- ☆ ویڈیو کانفرینسنگ Video Conferencing
- ☆ ویڈیو لائبرری Video Library
- ☆ پوڈکاسٹنگ Pod Casting
- ☆ تعلیمی پروگرام بذریعے سیٹلائٹ Programs through educaional satellites
- ☆ بلاگنگ Blogging

ان ٹیکنالوجیز کو کیسے استعمال کریں

How to Use these technologies

۱۔ کمیونیکیشن لیب Communication Lab

لسانیاتی اسکلز LSRW کو ترقی دینے کے لئے سافٹ ویئر دستیاب ہیں۔ کمیونیکیشن لیبس کا مقصد Listening, Speaking, Reading and Writing skills کو ترقی دینا ہے۔ لیب میں ہیڈفون کو استعمال کرتے ہوئے ان مہارتوں کو سیکھنے میں کافی دلچسپی دیکھی گئی۔ موضوعات کو سیکھتے وقت جدید تکنیکی آلات کا استعمال بیزاری محسوس ہونے نہیں دیتا۔

۲۔ ویڈیو کانفرینسنگ Video Conferencing

ویڈیو کانفرینسنگ ایک ایسا مواصلاتی طریقہ ہے جس میں ایک فرد اپنے پیغام کو دنیا کے کسی بھی کونے میں بیٹھے سامعین کو سنا سکتا ہے اور اسی طرح ویڈیو کانفرینسنگ کے ذریعے روبرو ہو کر ربط قائم کرسکتا ہے۔ خاص طور پر ایسے رلے پروگرام جو کسی بیرونی ملک میں بیٹھا پروفیسر اپنے لکچر یا پیغام کو بذریعے ویڈیو کانفرینس دے سکتا ہے۔ طلباء کے لئے یہ طریقہ کار کافی کارآمد ثابت ہوا ہے جس میں اعلی پیمانے کے مقررین اور پروفیسرس کے لکچرس پوری دلچسپی کے ساتھ بذریعے ویڈیو کانفرینس دیکھے اور سنے جاسکتے ہیں۔

اس کی سب سے بڑی خوبی یہ ہے کہ دوران پروگرام سوال و جواب کا سلسلہ راست طور پر ادا کیا جاسکتا ہے۔

۳۔ ویڈیو لائبریری Video Library

جدید تیز رفتار ٹیکنالوجی کے دور میں ویڈیو لائبریری کافی اہمیت رکھتی ہے۔ یہ ان طلباء کے لئے بے حد مفید ہے جن کی کوئی کلاس اور دلچسپ سیشن چھوٹ گیا ہو۔ اس طریقہ کار میں، فیکلٹی کی ٹیچنگ کو ریکارڈ کر کے محفوظ کیا جاتا ہے، پھر طلباء کی دستیابی میں رکھا جاتا ہے۔ فرصت کے اوقات میں طلباء ان اسباق، سیشنز اور لکچرس کو دیکھ اور سن سکتے ہیں۔ اس کا ایک اور فائدہ یہ ہے کہ ان لکچرس کو ریوائنڈ یا ری پلے Rewind / replay کر کے دیکھا جا سکتا ہے۔

۴۔ ایجوکیشنل سیٹلائٹس Educational Satellites

آپ کے کالج میں آپ ایجوکیشنل سیٹلائٹ لیب کو قائم کر سکتے ہیں، جہاں پر تعلیمی افادیت کے سیٹلائٹ پروگرامس جیسے UGC کے قومی سطح کے کلاس رومز، میڈیکل ریسرچ پروگرامس ریکارڈ کئے جا سکتے ہیں اور طلباء کے لئے دستیاب رکھے جا سکتے ہیں۔ ان پروگراموں کو بڑی یا چھوٹی سکرین (پردے) پر دکھایا جا سکتا ہے جو کہ دلچسپ ہی نہیں بلکہ فائدہ بخش بھی ثابت ہوئے ہیں۔

۵۔ پوڈکیسٹنگ Pod Casting

پوڈکیسٹنگ ایسا طریقہ کار ہے جس میں آڈیو فائلز کو تیار کیا جاتا ہے جس میں ہمارا خود کا مواد ہوتا ہے، اور انہیں کلاس روم کے اندر اور باہر استعمال کیا جاتا ہے۔ طلباء

ان آڈیو فائلز کو I-Pods استعمال کر کے سنتے ہیں۔ آپ اپنی پسندیدہ آڈیو فائل کو تلاش کر کے سن سکتے ہیں۔ اس کے ذریعے تعلیم بذریعے تفریح حاصل کی جا سکتی ہے۔

پوڈ کیسٹنگ کے ذریعے طلباء ٹیکنالوجی بیسڈ Tech-based تفریحی طریقوں کو تعلیمی مقاصد کے لئے استعمال میں لا سکتے ہیں۔ اس کے ذریعے روایتی فیس ٹو فیس (روبرو) Student-Trainer رشتوں کو قائم رکھتے ہوئے مؤثر طریقے سے درسی پروسیس کو انجام دے سکتے ہیں۔

۶۔ بلاگنگ Blogging

بلاگنگ کو ایسے اوقات میں استعمال کیا جا سکتا ہے جب اساتذہ کیمپس سے دور ہوں اور طلباء کو حکایات دینا چاہتے ہوں۔ اساتذہ طلباء کے لئے درکار حکایتیں یا پھر مضمون کو بلاگ پر پوسٹ کرتے ہیں، اسی پوسٹ پر طلباء اپنے کمنٹس اور سوالات کو بھی درج کر سکتے ہیں۔ اساتذہ طلباء کے سوالات کے جوابات بلاگ پر ہی دے سکتے ہیں۔ آج کل بلاگنگ کافی مقبول اور عام ہوتا جا رہا ہے۔

Use of Computers in Developing Communication Skills

This is the millennium of fast growing technology and globalization. From dawn to dusk, man is using technology in various aspects for all his works. It is technology that is evolving every day. People have to update themselves for surviving in this hi-tech world. There is an availability of various technologies, their impact, their practical uses and the problems associated with the application of modern technological tools.

Modern technologies available for Developing Communication Skills today are;

- Communication lab
- Video conferencing
- Video Library
- Pod casting
- Programmes through educational satellites
- Blogging

How to Use these Technologies

1. Communication Labs

Software's are available to develop LSRW skills. Communication labs are meant for developing the Listening, Speaking, Reading and Writing skills. The usage of headphones in the lab makes the students to have interest over the subject and induces them to repeat again and again instead of feeling boredom.

2. Video Conferencing

Videoconferencing is the method in which one person can access to the speeches of other persons in some other parts of the world. It is the live relay of a programme, which is mostly used to view the lecture of a professor who resides in foreign country. In short it is very helpful for the students to understand what is going in this world and to hear the speech of the top most personalities in a lively manner. The most notable point in video conferencing is that the students can post questions immediately and get their answers at once.

3. Video Library

Video Libraries are most essential in our fast and modernized world. This is helpful for the students to those who miss some interesting session. In this process the teaching of the faculty will be recorded and made available to the students. The students can view the tapes in their leisure hours. The advantage in this method is that students can replay it when there is a necessity.

4. Educational Satellites

In the college you can create Educational Satellite lab, whereby satellite programs of educational value like UGC's country wide classrooms, Medical Research Programs are recorded and students are given access to the recording either through big screen or small monitor.

5. Pod casting

Pod casting is the integration of audio files where we can feed our own materials and play it inside and outside of the classroom. Students use i-pods to hear their favorite music files. In the same way they have their education in the form of entertainment.

Podcasting allows students to use their tech-based entertainment systems for educational purposes. With it we are able to move away from the traditional face-to-face training without losing the student-to-trainer relationship that is so effective in any learning process.

6. Blogging

Blogging can be used for instructing the candidates when the teacher is off campus. The teacher can post his article or the instruction to the students, where the students are allowed to post their comments and queries. The teacher can answer the question through his blog. Blogging seems to be widely in use.

موثر پریزنٹیشن کی پیش کش

Delivering an Effective Presentation

سامعین وناظرین کے روبرو پیش کیے جانے والا پریزنٹیشن پروسیس ہی پریزنٹیشن ہے۔ یہ ایک مخصوص مظاہرہ، تعارف، لکچر یا تقریر ہے جس کا مقصد مطلع، قائل اور خیر سگالی (Good wi!l) کرنا ہے۔

یہ اصطلاح ایک عام تعارف، عام رسم یا نذرانہ کے طور پر مستعمل ہے۔

ایک موثر پریزنٹیشن ہمیشہ لچدار، توانائی سے بھرا اور پر جوش ہونا چاہئے۔ آپ کا پریزنٹیشن آپ کو سامعین کے سامنے ڈسپلے کرتا ہے۔ سامعین آپ کو سنتے ہیں اور جواب دیتے ہیں۔ آپ کا طریقہ، آپ کی آواز، آپ کا جسم بھی اہم رول ادا کرتے ہیں۔ پریزنٹیشن کو موثر بنانے کے لئے آپ کی پیشکش زندہ دلی، لچک اور دلچسپی کے ساتھ ہونی چاہئے۔

سامعین کے روبرو آپ کے لئے ذیل کے نکات کو مدنظر رکھنا ضروری ہے۔

☆ کیا چیز آپ کی توجہ حاصل کرے گی؟

☆ آپ کے کونسے خیالات آپ کو تحریک دیتے ہیں؟

☆ آپ کے اعتماد کو کون حوصلہ دیتا ہے؟

☆ آپ کی تفہیم کو کون ترقی دیتا ہے؟

پریزنٹیشن کو مؤثر بنانے کے پانچ نکات:

۱۔ مشق یا پریکٹس Practice

۲۔ اپنے آپ پر زور دینا Assert yourself

۳۔ سامعین سے رجوع یا کانٹیکٹ

۴۔ آپ کی آواز کا استعمال

۵۔ لمبی سانس لینا، پینا اور مزاح

۱۔ پریکٹس Practice: آپ اپنے مواد سے جتنی اچھی طرح سے واقف رہیں گے اتنے ہی مؤثر طریقے سے اپنے سامعین میں اعتماد اور بھروسہ پیدا کر سکیں گے۔
پریکٹس کے ساتھ ساتھ اپنے موضوع کے مواد کو خوب پڑھیں۔ اگر ممکن ہو تو ایک کمرے میں کھڑے ہو جایئے، اپنا پریزنٹیشن دیواروں کو پیش کیجئے۔ نیز آپ اپنے پریزنٹیشن میں موجود الفاظ اصطلاحات اور فقروں پر توجہ ضرور کریں۔

۲۔ خود پر زور دیں Assert yourself: ایک مؤثر پریزنٹیشن پر زور دینا اچھی بات ہے لیکن جارحانہ نہیں ہونا چاہئے۔ پوسچر اور پریزنس (موجودگی) دو اہم نکات ہیں جو آپ کے پریزنٹیشن کو مزید مؤثر بنا سکتے ہیں۔

الف۔ پوسچر (Posture): آپ کو ہمیشہ خود اعتماد ہونا چاہئے۔ مختلف پوسچرز مختلف موڈ بناتے ہیں۔ ایک عام رسمی اور سیدھا پوسچر مختلف ماحول بناتا ہے جب

کہ پرسکون اور فعال پوسچر مختلف ماحول پیدا کرتا ہے۔آپ کے مقاصد کے تئیں آپ کا جسمانی رویہ بھی آپ کے پریزنٹیشن پر اثر ورسوخ ڈالتا ہے۔

ب۔ پریزنس (Presence): آپ کے اور آپ کے سامعین کے درمیان خلاء کو خود اعتمادی سے بھریئے۔آپ کی موجودگی کافی اہمیت رکھتی ہے، معافی طلب کرنے کی رسم کو ترک کیجئے۔آپ کو خود اعتماد ہونا چاہئے، ایسا ماحول بنائیں کہ سامعین آپ سے کچھ سننے کی دلچسپی رکھیں اور آپ انہیں سنانے کی۔

ج۔ سامعین سے رجوع یا کانٹیکٹ

(Make contact with audience): سامعین سے ربط قائم کیجئے۔

سامعین کے ساتھ روابط قائم کیجئے۔ربط قائم کرنے سے سامعین میں دلچسپی برقرار رکھ سکتے ہیں اور انہیں اپنی طرف راغب کر سکتے ہیں۔سامعین کو یہ یقین ہونا چاہئے کہ آپ ان سے بات چیت کرنے میں نہایت دلچسپی رکھتے ہیں۔ذیل کے طریقوں سے آپ ربط قائم کر سکتے ہیں۔

☆ آئی کانٹیکٹ Eye Contact

☆ جیسچرس Gestures

☆ زبان کا استعمال Use of Language

☆ آئی کانٹیکٹ Eye Contact :روزمرہ کی زندگی میں مواصلات کا اہم حصہ آئی کانٹیکٹ ہے۔جس سے سامعین متوجہ ہو سکتے ہیں، اور اگر آئی کانٹیکٹ نہیں

تو ان کی توجہ ہٹ جائے گی۔ افراد سے آئی کانٹیکٹ قائم کرنے سے وہ بھی خود کو کمیونکیشن پروسیس کا حصہ دار محسوس کریں گے جو اس بات کی تصدیق کرتا ہے کہ مقرر اور سامعین کے درمیان مواصلاتی سلسلہ جاری ہے اور کامیابی کی طرف رواں دواں ہے۔

☆ جیسچر Gesture : روزمرہ کی گفت وشنید میں ہاتھ اور کندھوں کو ہلاتے ہوئے گفتگو کریں، جس سے ایونٹس کو درست طریقے سے تعاون کیا جا سکے۔ سامعین کو استقبال کرتے ہوئے اچھے جسچر پیش کریں، اپنے اہم نکات پر زور دینے کے لئے اور ایونٹ کے اختتام پر بھی ضروری جسچر پیش کرنا ایک اچھی مہارت ہے۔ یاد رکھئے کہ تمام جسچرس مختصر اور آپ کے قابو میں رہنے والے ہوں، حد سے زیادہ جسمانی حرکات وسکنات آپ کو Nervous and unfocused زمرے میں ڈال دیں گے۔

☆ زبان کا استعمال Use of Language: آپ اپنی زبان دانی اور روانی سے سامعین کو محظوظ کیجئے۔ سامعین سے مواصلاتی رشتوں کو قائم اور برقرار رکھنے کے لئے آپ کی زبان ایک خاص وجہ ثابت ہو سکتی ہے۔ سوالات کرنا بھی ایک اچھا امر ہے۔ سوالات کرنے سے سامعین اس ایونٹ میں راست طور پر شریک اور Involve ہو سکتے ہیں۔ سامعین سے صاف اور دلچسپ سوالات کر کے آپ انہیں اپنی طرف متوجہ کر سکتے ہیں۔

☆ آواز کا استعمال Use your voice

آپ کی آواز ایک لچکدار اور طاقتور ٹول ہے۔ آپ اس کو مختلف طریقوں سے استعمال

کر سکتے ہیں، جیسے Volume, pace and pitch کو بدلتے ہوئے سماء باندھ سکتے ہیں۔

Volume: اس بات کا خیال رکھیں کہ آپ کی آواز کا والیوم آپ کے سامعین اور ان کی تعداد اور ہال کے سائز کے مطابق ہو اور سامعین مطمئن ہو کر آپ کو سن سکیں۔ بلند یا کم آواز میں بات کرنا بے سود ثابت ہوگا اور سامعین آپ کے پریزنٹیشن سے استفادہ نہ کر پائیں گے۔ لوگوں کو معمولی آواز میں گفتگو کرنے پر زور دیں۔ جب بھی کسی نکتے پر زور دینا ہو تو آواز بلند کر لیں۔

Pace: اس بات کا بھی خاص خیال رکھیں کہ آپ کے بات کرنے کی رفتار اتنی تیز نہ ہو کہ سامعین کے لئے اس کو فالو کرنا مشکل ہو جائے۔ اگر آپ تیزی سے بات کرتے چلے جائیں تو آپ کی تقریر کا مقصد رائیگاں جائے گا۔ آپ پریزنٹیشن میں جان ڈالنے کے لئے اپنی آواز کی رفتار کو بدلتے رہنے۔ تھوڑی سی رفتار بڑھا دیں تو تقریر موثر اور جذباتی ہو سکتی ہے۔ اور تھوڑی دھیمی کر دیں تو اثر پیدا نہ کر پائے گی اور پریزنٹیشن ست ہو جائے گا۔

Pitch: آپ کی آواز کی پچ بھی روز مرہ زندگی کی گفتگو میں بدلتی رہتی ہے، جب آپ پریزنٹیشن دے رہے ہوتے ہیں تو اس کا دھیان رکھنا ضروری ہے۔ جب سوالات پوچھتے ہیں تو پچ تھوڑی بڑھ جاتی ہے اور جب آپ پچ کم کر دیتے ہیں تو شدت بھی کم ہو جاتی ہے۔

۵۔ سانس لیں، پئیں، اور مزاح بھی کریں Breath, Drink & Humour

پریزنٹیشن کے دوران آپ کو جب بھی یہ محسوس ہو کہ آپ کے جذبات کو قابو میں لانے کے لئے تھوڑا سا وقفہ چاہئے، ایسی صورت میں رکئے اور لمبی سانس لیجئے، اور وقت کو ایڈجسٹ کرتے ہوئے اپنے پریزنٹیشن کی کڑی کو برقرار رکھتے ہوئے پیش کیجئے۔ اگر آپ سمجھتے ہیں کہ تھوڑا پانی پیا جائے، تو ضرور پانی، چائے یا کافی کے دو گھونٹ لیجئے اور اپنے حلق کو تر کیجئے تاکہ آپ پریزنٹیشن کی روانی کو برقرار رکھ سکیں۔

ماحول کو خوش گوار بنانے کے لئے، اور سامعین کو فعال اور زندہ دلی سے شریک کرنے کے لئے، کچھ مزاحیہ جملے بھی استعمال کرلیں اور تناؤ سے باہر ہو کر پریزنٹیشن کو کامیاب بنائیں۔

Delivering an effective presentation

A presentation is the process of presenting a topic to an audience. It is typically a demonstration, introduction, lecture, or speech meant to inform, persuade, or build good will. The term can also be used for a formal or ritualized introduction or offering.

An effective presenter needs to be flexible, energetic and enthusiastic.

Your presentation puts you on public display. The *audience listens* to you and responds to your presentation. Your way your voice and your body also play an important role.

To make an impact you need more than a well written *presentation* which is delivered in a lively, flexible and interesting way.

These are the important points to remember when you are in audience.

- What grabs your attention?
- What stimulate your imagination?
- What inspire your confidence?
- What develop your understanding?

Five steps to become as an effective presenter

1. Practice
2. Assert yourself
3. Make contact with your audience
4. Use your voice
5. Breath, Drink & Humour

1. Practice : The more familiar you are with your material the more you will be able to inspire your audience's trust and confidence. Do more than practice reading through your material to yourself. If possible, stand up in a room and deliver your presentation to the walls. Familiarize yourself with the words and phrases in your presentation

2. Assert yourself : An effective presenter needs to be assertive, not aggressive. Posture and Presence are the two important points which have impact on your presentation.

a. Posture : It is important to appear confident at all times. Different postures create different moods. A very formal, upright and still posture will create a very different atmosphere from a relaxed and active one. Physical behaviour to the objectives impacts your presentation.

b. Presence : Have the confidence to fill your space in front of an audience. Avoid apologizing for your presence by saying "sorry". You must be confident that the audience wants to listen and that you have something interesting to tell them.

3. Make contact with your audience: Establish links with the audience. Making contact helps to maintain an audience's interest and encourages them to believe that you are genuinely interested in talking to them. You can make contact with your audience in a number of ways, including:

* Eye contact
* Gestures
* Use of Language

* **Eye contact :** Eye contact is part of everyday communication and an audience can feel uncomfortable if they are denied it. Making eye contact with individuals gives them a sense of involvement in your presentation and helps to convey your objectives on a personal level.

* **Gesture :** Use arms and hands in every day conversation to add emphasis or to help describe events. Use gestures to welcome your audience, to add emphasis to your main points or to indicate an ending. Make sure that all gestures are controlled and precise; too much movement will appear nervous and unfocussed.

* **Use of Language :** Acknowledge your audience by making verbal contact with them. Your use of language is particularly important in developing and sustaining a relationship with your audience. The use of questions is an important tool. Questions involve your audience's mind in a more stimulating way than simply asking them to sit and listen to your talk. Draw an audience in with clear, focused questions.

4. Use your voice

Your voice is a very flexible and powerful tool. You can use it in many different ways by varying the volume, pace and pitch.

Volume : Make sure that your voice is loud enough for your audience to hear clearly. Speaking too loudly or too quietly can make it difficult for your audience to follow your presentation.

Listen to people speaking in normal conversation. They tend to raise or lower their volume for emphasis.

Pace: Make sure that the speed of your delivery is easy to follow. If you speak too quickly or too slowly your audience will have difficulty following your talk. To add life to your presentation, try changing the pace of your delivery. A slightly faster section might convey enthusiasm. A slightly slower one might add emphasis or caution.

Pitch: The pitch of your voice also varies in day to day conversation and it is important to play on this when making a presentation. For example, your pitch will raise when asking a question; it will lower when you wish to sound severe.

5. Breathe, Drink & Humour : During the presentation whenever you feel the need of a short break to control your anxiety, take a breath, if necessary take a long breath, adjust the time and flow of presentation. If you feel to have some water to drink, drink water, or liquid to quench your thirst.

To make the atmosphere pleasant, playful and live, pose some humorous points or joke to make audience to take part in the session lively.

Chapter - 6

مؤثر تحریر Effective Writing

مؤثر تحریر یعنی اچھی تحریر Effective Writing is also Good Writing

کسی بھی فرد کے خود کو ظاہر کرنے کی قابلیت بذریعے تحریر اور پرنٹنگ مؤثر تحریر کہلاتی ہے۔کئی کامیاب محرر احباب کا کہنا ہے کہ ایک اچھی تحریر متواتر اور مستقل محنت سے ہی حاصل ہوتی ہے۔اچھی تحریر کو طے کرنے کا کوئی خاص پیمانہ نہیں ہے اور نا ہی خاص موقع اور مقصد پر مؤثر تحریر کی پیمائش کی جاسکتی ہے۔لیکن اسکول اور کالج کی سطح پر ماہرین اور مینیول تحریر کرنے والے محرر عام طور پر اہلیت کے دو سطح کو پیمانہ مانتے ہیں؛

۱۔ کسی زبان کی تحریر کے بنیادی اصول مثلاً املا یا ہجا، رموز و اوقاف، گرامر اور الفاظ کا استعمال ضروری ہے۔

۲۔ قارئین کی دلچسپی کے مواقع پر صحیح سٹائل اور بیانی کا شعور لازمی ہے۔بیسویں صدی کے معروف اور مقبول چارجرنلز کے مصنفین نے اپنے قارئین کو اچھی تحریر کے لئے یوں مشورہ پیش کرتے ہیں؛

مؤثر تحریر وہ تحریر ہے جو منطقی روانی اور ہم آہنگی رکھتی ہو۔اس کا مفہوم یہ ہے کہ

آپ کی تحریر کے خیالات کی کڑیاں ٹوٹنے نہ پائیں، جملوں اور پیراگراف کے درمیان روابط قائم رہ سکیں۔ جو تحریر ہم آہنگی سے آراستہ اور ایک ہی عنوان کی سبیل میں رواں دواں رہتی ہے تو اس کو سمجھنا اور فالو کرنا آسان ہو جاتا ہے، جس میں خالص زبان کا استعمال بھی خوب ہو جاتا ہے، اور قارئین کو بھی ایک سبیل میں رکھا جا سکتا ہے۔

مؤثر تحریر کا مطلب یہ نہیں ہے کہ اس تحریر میں بری غلطیاں نہ ہو، اس کا صحیح مطلب یہ ہے کہ اس میں مستعمل گرامر، رموز واوقاف اور املا میں کسی قسم کی غلطیاں نہ ہوں۔ درست تحریر سے اچھی تحریر کئی گنا بہتر ہے۔ یہ وہی مؤثر تحریر ہے جو قارئین میں دلچسپی پیدا کرتی ہے اور پڑھنے کی طرف راغب کرتی ہے۔

مؤثر تحریر کے لئے بنیادی عناصر کے طور پر ذیل کے نکات پیش ہیں۔

☆ اچھی تحریر خالص طور پر اچھے مقاصد رکھتی ہے۔

☆ یہ ایک خاص نکتے کو پیش کرتی ہے۔

☆ اور اس خاص نکتے کو مخصوص معلومات سے مدد کرتی ہے۔

☆ معلومات صاف طور پر مربوط اور با اہتمام ہوتے ہیں۔

☆ الفاظ مناسب ہوتے ہیں، جملے جامع اور زوردار اور صحیح ہوتے ہیں۔

اچھی تحریر کافی محنت اور مشقت کا ثمرہ ہوتی ہے۔ یہ بات آپ کو ضرور متاثر کرے گی کہ اچھی تحریر ایک تحفہ نہیں ہے، اور خاص لوگوں کی میراث بھی نہیں ہے۔ اگر

آپ اچھا کام کریں گے تو آپ کی تحریر اچھی اور مؤثر بن سکتی ہے۔

سنکلیئر لوئس (Sinclair Lewis) کا کہنا ہے کہ "تحریر صرف کام ہے، اس میں کوئی راز نہیں ہے۔ آپ حکم دیتے ہیں یا قلم کا استعمال کرتے ہیں، ٹائپ کرتے ہیں یا اپنے پیروں سے لکھتے ہیں، اس سے کوئی فرق نہیں پڑتا، کیونکہ یہ صرف اور صرف ایک کام ہے۔"

خیالات سے آپ مایوس نہ ہو جائیں، روزانہ مشق سے آپ ایک بہترین محرر یا رائٹر بن سکتے ہیں۔ جیسے جیسے آپ کی مہارتیں تیز ہوں گی ایسے ہی آپ کا اعتماد بڑھتا جائے گا اور آپ تحریر کے مزے بھی اٹھا سکیں گے جو پہلے کبھی اٹھائے نہ تھے۔

Effective Writing

Effective Writing is also good writing.

The ability to express oneself well in WRITING and PRINT is said to be an effective writing. Many successful writers have pointed out that writing well is a constant and continuous struggle. There are no clear-cut criteria for establishing a scale of effectiveness in writing for all purposes and occasions, but the experts at both school and college level, and writers of writing manuals, generally emphasize two levels of competence:

(1) Ability with the basics of the written language: spelling, punctuation, grammar, and word use.

(2) Awareness of the right STYLE and RHETORIC for the occasion and one's readership. The writers of four manuals that have been highly influential in the 20c offer their readers very similar 'core' advice on writing well:

Effective Writing is writing which has a logical flow of ideas and is cohesive. This means it holds together well because there are links between sentences and paragraphs. Writing which is cohesive works as a unified whole and is easy to follow because it uses language effectively to maintain a focus and to keep the reader 'on track'. Good writing simply doesn't mean writing that contains no bad mistakes, means writing with no errors of grammar, punctuation, or spelling. In fact, good writing is much more than just correct writing. It's writing that responds to the interests and needs of the readers.

Here are the basic characteristics of good, effective writing:

* Good writing has a clearly defined purpose.
* It makes a definite point.
* It supports that point with specific information.
* The information is clearly connected and arranged.
* The words are appropriate, and the sentences are concise, emphatic, and correct.

Good writing is the result of a lot of practice and hard work. This fact should encourage you: it means that the ability to write well is not a gift that some people are born with, not a privilege extended to only a few. If you're willing to work, you can improve your writing.

* "Writing is just work-there's no secret. If you dictate or use a pen or type or write with your toes-it's still just work."(Sinclair Lewis) Being not discouraged by the thought, regular practice will make you a better writer. As the skills are sharpened, the confidence is gained and enjoys writing more than one did before.

رپورٹ رائٹنگ Report Writing

رپورٹ ایک منظم تحریری پریزنٹیشن ہے، جو قارئین کی دلچسپی کے لئے ہے، کسی مخصوص مقصد کے لئے یا کسی کی درخواست پر پیش کیا گیا ہو۔ رپورٹ کئی قسم کے ہیں۔ لیکن عام طور پر ان کی کارکردگی یہ ہے کہ یہ کسی سوال کا جواب دیں یا پھر کسی مسئلہ کا حل پیش کریں۔

رپورٹ رائٹنگ کے لئے ایک روایتی فارمیٹ ہے جس کے ذریعہ رپورٹ تحریر کی جاسکتی ہے لیکن ذیل کے فارمیٹ سے مزید دلچسپ اور موثر رپورٹ تحریر کی جاسکتی ہے۔

☆ عنوان کا انتخاب Title Selection:

مضمون میں پوشیدہ مواد اور اس کے مفہوم کی بنیاد پر عنوان کا انتخاب کرنا چاہیے۔ یہ دیکھیں کہ تحریر کا اہم موضوع کیا ہے۔ اس بنیاد پر عنوان کا انتخاب کریں۔ اگر رپورٹ چھوٹی ہے تو کچھ انفارمیشن شامل کریں جس میں محرر کے متعلق معلومات اور رپورٹ کی تاریخ وغیرہ ہو۔ اور اگر رپورٹ طویل ہے تب بھی اس میں مندرجات (Contents) کی فہرست، اصطلاحات کی تفہیم لکھی جاسکتی ہے۔

☆ خلاصہ Summary:

اہم نکات، نتیجے اور سفارشات کا خلاصہ لکھنا ایک اچھی روایت ہے۔ اور یہ سب مختصراً تحریر

کرنا ٹھیک رہے گا۔ اکثر لوگ خلاصہ کو پڑھ لیتے ہیں اور رپورٹ کو سرسری نظر سے دیکھتے ہیں، اس لئے اس بات کا یقین کر لیں کہ اہم انفارمیشن کا اندراج کیا گیا ہے۔ خلاصہ آخر میں لکھنا بہتر رہے گا، کیونکہ آخری لمحات میں بھی کسی اہم نکتے کا اندراج آسانی سے کیا جاسکتا ہے۔

☆ تعارف Introduction

رپورٹ کے پہلے صفحہ پر اس کا تعارف ہونا ضروری ہے۔ آپ قاری کو یہ سمجھائیں گے کہ مسائل کیا ہیں اور رپورٹ تحریر کرنے کی اہم وجہ کیا ہے۔ آپ کوان صطلاحات کی تعریف کرنی چاہئے جو ٹائٹل سیلکشن میں درج نہ کئے گئے ہوں۔ اس بات کی بھی وضاحت ضروری ہے کہ تفصیلات بہ اہتمام درج کی گئی ہیں۔

☆ باڈی Body

یہ رپورٹ کا اہم جزو ہوتا ہے۔ ماقبل درج سیکشنز کو سادہ زبان میں لکھنا بہتر ہے۔ اس باڈی میں کئی سیکشن کا ہونا ضروری ہے، جس میں ہر سیکشن کا subtitle ہو۔ آپ چاہیں تو باڈی کے آخر میں ڈسکشن Discussion کا سیکشن بھی اس کی اہمیت کو ظاہر کرنے شامل کر سکتے ہیں۔

☆ اختتام Conclusion

یہ وہ حصہ ہے جہاں ساری چیزیں مرکوز ہوتی ہیں۔ اس سیکشن میں معیاری زبان کا استعمال ضروری ہے کیونکہ ہر قاری خلاصہ اور اختتام کو ضرور پڑھتا ہے۔

☆ سفارشات Recommendations

یہ بھی اہم حصوں میں سے ایک ہے۔سادہ زبان میں آپ اپنی سفارشات کو واضح کریں، اور انہیں بتدریج اہمیت سے درج کریں۔

☆ اپینڈائسیز Appendices

اس حصے میں وہ معلومات درج ہوتے ہیں جو اکثر اس شعبہ کے ماہرین مطالعہ کرتے ہیں۔اس میں وہ تمام تکنیکی تفصیلات رہتی ہیں جو آپ کے لکھے اختتام کو مدد کرتی ہیں۔

یہ رپورٹ رائٹنگ فارمیٹ قارئین کو ان کے مطلوبہ موضوعات کو مطالعہ کرنے میں آسانی پیدا کرے گا۔یاد رہے کے باڈی کو چھوڑ کر تمام سیکشن کو آسان زبان میں لکھنا درست ہے۔اس بات پر بھی دھیان دینا ضروری ہے کہ مطلوبہ معلومات کو ان کی اہمیت کی بنیاد پر بتدریج درج کرنا ہے،اہم معلومات کو پہلے حصے میں جگہ دینا ضروری ہے۔

اچھی تحریر کے لئے چند تجاویز Tips for Good Writing

☆ تحریر سادہ ہو۔متاثر کرنے کی کوشش نہ کریں، البتہ کمیونکیٹ کرنے کی کوشش کریں۔جملوں کو مختصر اور ٹھیک نقطے پر لکھیں۔معلومات کی بھرمار یا بوچھاڑ کرنے کی کوشش نہ کریں، حسب ضرورت اندراج کریں۔آپ رپورٹنگ مقصد کو پورا کرنے کے لئے ضروری الفاظ کا استعمال ضرور کریں۔ مگر غیر ضروری الفاظ کا اندراج آپ کے مقصد کو فوت کرسکتا ہے۔

☆ فعال طرز میں لکھیں، جس سے تحریر آسان اور سلیس بن جاتی ہے۔

☆ اچھا گرامر، رموز واوقاف ضروری ہے۔ پروف ریڈنگ کا خیال ضرور رکھیں، کسی ماہر سے کروائیں جو ایک بہترین رسم ہے۔

Report Writing

A report is a structured written presentation directed to interested readers in response to some specific purpose, aim or request. There are many varieties of reports, but generally their function is to give an account of something, to answer a question, or to offer a solution to a problem.

There is no a formal format for report writing, but to report elegantl^ the following format method is so useful and effective.

* **Title Section** - Based on the content and its essence select the title. See that what is talked about and central point of the write up. If the report is short, the front cover can include any information that you feel is necessary including the author(s) and the date prepared. In a longer report, you may want to include a table of contents and definitions of terms.

Summary - There needs to be a summary of the major points, conclusions, and recommendations. It needs to be short as it is a general overview of the report. Some people will read the summary and only skim the report, so make sure you include all the relevant information. It would be best to write this last so you will include everything, even the points that might be added at the last minute.

Introduction - The first page of the report needs to have an introduction. You will explain the problem and show the reader why the report is being made. You need to give a definition of terms if you did not include these in the title section, and explain how the details of the report are arranged.

Body - This is the main section of the report. The previous sections needed to be written in plain language. There needs to be several sections, with each having a subtitle. Information is usually arranged in order of importance with the most important information coming first. If you wish, a "Discussion" section can be included at the end of the Body to go over your findings and their significance.

Conclusion - This is where everything comes together. Keep this section free of jargon as most people will read the Summary and Conclusion.

Recommendations - This is what needs to be done. In plain English, explain your recommendations, putting them in order of priority.

Appendices - This includes information that the experts in the field will read. It has all the technical details that support your conclusions.

This report writing format will make it easier for the reader to find what he is looking for. Remember to write all the sections in plain English, except for the Body. Also remember that the information needs to be organized logically with the most important information coming first.

Tips for Good Writing

Here are a few tips for good writing.

* Keep it simple. Do not try to impress, rather try to communicate. Keep the sentences short and to the point. Do not go into a lot of details unless it is needed. Make sure every word needs to be there, that it contributes to the purpose of the report.

* Use an active voice rather than passive. Active voice makes the writing move smoothly and easily.

* Good grammar and punctuation is important. Having proof reading by the expert is a good formal method.

رول پلے ایکسرسائزیس Role Play Excersies

تعارف Definition

آکسفورڈ ڈکشنری کے مطابق رول پلیئنگ کا مفہوم ''سماجی کردار کو نبھانے کے لئے فرد کا بدلتا ہوا رویہ'' ہے۔

رول پلے اس بات کی طرف رجوع کرتا ہے کہ کسی کردار کو سنبھالنے کے لئے فرد کا بدلتا ہوا رویہ، خواہ وہ شعوری طور پر سماجی رول ادا کرے یا لاشعوری طور پر اپنائے گئے رول کو ادا کرے۔

علم نفسیات میں اس اصطلاح کو چار حواس میں استعمال کیا گیا ہے۔

۱۔ ان کرداروں کا نبھانا جو تھیٹر میں یا تعلیمی تربیت میں۔

۲۔ کسی موجودہ کردار کا رول نبھانا یا دیگر رول کا نبھانا۔

۳۔ ہر قسم کے گیمس جس میں رول پلیئنگ ویڈیو گیمس Role-playing video games (RPG) اور پلے بائی میل گیمس Play-by-mail game اور دیگر۔

۴۔ خاص طور پر رول پلیئنگ گیمس۔

رول پلے اس ٹیکنک کی طرف رجوع کرتا ہے جہاں محققین بین ذاتی رویوں (Interpersonal behaviour) کا مطالعہ کرتے ہیں۔ اس طریقہ کار میں محققین شریک کاروں کو یہ ہدایت دیتے ہیں کہ ایسے کردار نبھائیں جو اس کردار کو نبھائے جانے والے ماحول اور حالات میں سچے لگیں۔

سماجی نفسیات میں In Social Psychology

ابتدائی کلاسیکی نفسیاتی تجربات میں Kert Lewin, Stanley Milgram and Philip Zimbardo نے اس رول پلے کا استعمال کیا۔ Herbert Kelman کا مشورہ تھا کہ رول پلے ایک امید افزاء وسائل ہے جو فریبی طریقہ Deception method کا متبادل ریسرچ طریقہ کار ہے۔

تربیت میں In Training

رول پلے ٹریننگ یا تربیت کے دوران کردار نویسی ہے جس میں لوگ اپنے مستقبل کے پروگراموں کا ریہرسل کرتے اور اپنے ادا کئے جانے والے کردار کو درست کرتے ہیں۔ اس کی عام مثالیں، آکوپیشنل ٹرائنگ رول پلیز (Occupational training role-plays) ایجوکیشنل رول پلیز (Educational role-plays) اور چند ملٹری وار گیمس (Military war games) ہیں۔

فوج میں نقل کاری In Military & Simulation

کمپیوٹرس کے پہلے پہل استعمالات میں ایک اہم استعمال نقل کاری کرتے ہوئے ماحول کو اصلی دنیا کا احساس کروانا، خاص طور پر ان شرکاء کو جو اڑان بھرنے کی ٹریننگ لیتے ہیں۔ فلائٹ سیمیولیٹرس Flight Simulators کمپیوٹرس کو استعمال کرتے ہوئے مستقبل کے پائلٹ کو ٹریننگ دیتے ہیں اور ان کو پیش آنے والے مراحل اور مسائل کا حل پیش کیا جاتا ہے۔

Role Play Exercises

Definition

According Oxford dictionary the definition of role-playing is "the changing of one's behaviour to fulfill a social role".

Role Play refers to the changing of one's behaviour to assume a role, either unconsciously to fill a social role, or consciously to act out an adopted role.

In Psychology, the term is used more loosely in four senses:

1. To refer to the playing of roles generally such as in a theatre, or educational setting;

2. To refer to taking a role of an existing character or taking someone else's role, often involving different genres of practice;

3. To refer to a wide range of games including role-playing video game (RPG), play-by-mail games and more;

4. To refer specifically to role-playing games. Role playing refer to the technique commonly used by researchers studying interpersonal behavior by assigning research participants to particular roles and instructing the participants to act as if a specific set of conditions were true.

In Social Psychology;

It has been used in the early classic social psychological experiments by Kurt Lewin, Stanley Milgram, and Phillip Zimbardo. Herbert Kelman suggested that role-playing might be "the most promising source" of research methods alternative to methods using deception.

In Training

Role-playing may also refer to role training where people rehearse situations in preparation for a future performance and to improve their abilities within a role. The most common examples are occupational training role-plays, educational role-play exercises, and certain military war games.

In Military & Simulation

One of the first uses of computers was to simulate real-world conditions for participants role-playing the flying of aircraft. Flight simulators used computers to solve the equations of flight and train future pilots.

سیمینار Seminar

سیمینار کیا ہے؟

سیمینار ایک تعلیمی یا غیر تعلیمی اجتماع ہے جس میں دئے گئے موضوع پر پُر فہم تبادلہ خیالات پیش کئے جاتے ہیں۔

سیمینار ایک قسم کی تعلیمی ہدایت ہے، جو اکثر کسی تعلیمی ادارے یا پھر کسی کمرشیل یا پروفیشنل ادارے پیش (offer) کرتے ہیں۔ اس سیمینار میں ایک چھوٹے گروہ کا اجتماع کیا جاتا ہے جس میں بار ہا ہونے والی میٹنگز ہوتے ہیں۔ ہر میٹنگ میں خاص موضوع دیا جاتا ہے اور جس میں یہ ہدایت دی جاتی ہے کہ گروہ کے سارے افراد فعال طریقے سے حصہ لیں۔ اس طریقہ کار میں سقراطی ڈائلوگ کا نمونہ اختیار کیا جاتا ہے جس میں ایک لیڈر یا انسٹرکٹر اس پروگرام کو انجام دیتا ہے۔ سیمینار میں روایتی تحقیق پیش کش ہوتی ہے۔ یہاں پر دئے گئے موضوعات وعنوانات پر مقالے پڑھے اور گفتگو میں لائے جاتے ہیں۔ سوال وجواب کا سیشن بھی ہوتا ہے اور ڈبیٹ وڈسکشن بھی کئے جاتے ہیں۔

وجہ تسمیہ Etymology

لفظ سیمینار لاطینی لفظ seminarium ماخوذ ہے جس کا مطلب کسی موضوع کا بیج بونا ہے۔

مجموعی جائزہ Overview

دنیا کی یونیورسٹیوں میں اصطلاح سیمینار ایک ایسا انٹینس کورس اسٹڈی ہے جو طلباء کی تعلیم کو مدنظر رکھ کر انعقاد کیا جاتا ہے۔ اکثر سیمیناروں میں ایک پروفیسر کو چند ہی طلباء مختص کئے جاتے ہیں جب کہ کلاس روم میں لکچرر یا پروفیسر کلاس کے سارے طلباء سے مخاطب ہوتا ہے، اور مضمون بھی خاص اور اہم منتخب کیا جاتا ہے۔ امتحانات، ٹرم پیپرس، پریزینٹیشنز اور دیگر اسائنمنٹ اور ان کے متعلق مسائل کو حل کرنے کا بہترین ذریعہ سیمینار ہے۔

اس کا اہم مقصد کیا ہے What is the Idea behind

سیمینار کا اہم مقصد یہ ہے کہ طلباء کو اس بات سے آگاہ کردیں کہ ان کے منتخب شدہ موضوعات کے methodology کیا ہیں اور تحقیق کے دوران کس طرح عملی مسائل کو مثالوں کے ساتھ تعامل کیا جا سکتا ہے۔

اگر کوئی معروف مفکر اس سیمینار کو منعقد کرتا اور اس میں مخاطب ہوتا ہے تو وہ سیمینار ایک طویل لکچر کورس کہلاتا ہے۔ اس سیمینار میں سامعین کی تعداد اور طلباء کا ڈسکشن میں اشتراک کوئی اہمیت نہیں رکھتا۔ غیر انگریزی ملک ہندوستان میں اصطلاح سیمینار اکثر و بیشتر مستعمل ہے۔ ہندوستان کی تمام تر زبانوں میں یہ اصطلاح عام ہے، جس سے کالج یا یونیورسٹی میں پیش ہونے والے ٹرم پیپر یا پروجیکٹ کو تصور کیا جاتا ہے، جو کلاس روم لکچر کے متضاد ہے۔ یہاں تک کہ اردو میں انگریزی اصطلاح seminar کا کوئی موزوں

متبادل نہیں ہے۔اس لئے اردو میں بھی یہ اصطلاح عام ہے۔ ہر تعلیمی ادارے میں خاص طور پر سائنٹفک میدانوں میں اس اصطلاح کو کافی مؤثر اور غیر متبادل تصور کیا جاتا ہے۔

لیکچر کیا ہے؟ What is a lecture ?

ایک ماہر تعلیم یا لکچرر، کلاس روم میں طلباء کے روبرو کھڑا ہوتا ہے اور منظم طریقے سے مطلوبہ عنوان پر درس دیتا ہے۔اس طرح کسی بھی کالج یا یونیورسٹی میں کئی لکچررز ہوتے ہیں۔

اکثر ہر پروفیسر لکچر دیتا ہے، لیکن اس ملک میں لکچرر اس کو کہا جاتا ہے جو کسی بھی ادارے کا مستقل فیکلٹی ممبر نہیں ہوتا اور اس کی ملازمت کی مدت بھی مقرر نہیں ہوتی۔ کسی بھی لکچرر کو عارضی طور پر خدمات لینے کے لئے متعین کیا جاتا ہے، یا پھر ایک تعلیمی سال کے لئے۔

اس طریقہ کے عارضی طور پر خدمات میں لکچرر اپنی صلاحیتوں سے باضابطہ طور پر انصاف نہیں کر پاتا۔اس کی methodology and methods of instructions میں کافی تبدیلیاں آسکتی ہیں۔ ہر سال وہ اسی شدت سے لکچر نہیں دے سکتا۔ پھر بھی وہ لکچر کو قائم رکھتا ہے، جو کہ لکچر سسٹم میں یہ غیر ممکن فعل ہے۔

Seminar

Seminar is an academic or non academic gathering to have a cognitive discussion to comprehend the given topic.
A seminar is a form of academic instruction, either at an academic institution or offered by a commercial or professional organization. It has the function of bringing together small groups for recurring meetings, focusing each time on some particular subject, in which everyone present is requested to actively participate. This is often accomplished through an ongoing Socratic dialogue with a seminar leader or instructor, or through a more formal presentation of research. It is essentially a place where assigned readings are discussed, questions can be raised and debates can be conducted.

Etymology

The word seminar is derived from the Latin word seminarium, meaning "seed plot".

Overview

In most of the universities around the world, the term "seminar" refers to a course of intense study relating to the student's major. Seminars typically have significantly fewer students per professor than normal courses, and are generally more specific in topic of study. Seminars can revolve around term papers, exams, presentations, and several other assignments.

What is the Idea behind?

The idea behind the seminar system is to familiarize students more extensively with the methodology of their chosen subject and also to allow them to interact with examples of the practical problems that always occur during research work.
A seminar may be a large lecture course, especially when conducted by a renowned thinker. The size of the audience or the scope of the student participation in the discussion is not counted here. In non-English speaking country India, the term SEMINAR is widely used

and even all the Indic languages adopted this term in their common usage to a collegiate or university class that includes a term paper or project, as opposed to a lecture class. Even in Urdu the English term Seminar has no alternate term to use. In most of the academic institutions, typically in scientific fields, the term has a strong impact without any substitute.

What is a lecture?

An academic expert or a lecturer stands up in front of a class and gives an organized talk designed to teach you something. There are lots of lecturers at colleges and universities.

Although many professors lecture, in this country the title lecturer usually refers to a teacher who is not a permanent member of the faculty but one of the many college instructors who does not have tenure. The lecturer may even be hired for a single semester or year.

It is immediately apparent that such a method throws a considerable burden on the resources of the instructor. No longer is he able to repeat lectures; his methods of instruction must vary according to the changing composition of each class. Yet he establishes, in a way impossible under the lecture system.

خیالات کے تبادلے

شیئرنگ آف آئیڈیاز Sharing of Ideas

خیالات اور تجربات کے تبادلے یا شیئرنگ ایک بہترین ذریعہ ہیں ایک دوسرے کے تعارف کے لئے۔ ساتھ ساتھ نئے تصورات سے آشنا کرنے اور عوام کو باقاعدہ ایک میدان میں لانے، تبادلہ خیالات کرنے بات چیت کرنے اور لوگوں کو گرویدہ کرنے میں کافی معاون عمل ہے۔

فوائد:

کام کرنے کے مقامات یا ورکنگ اسٹیشنز پر خیالات کے شیئرنگ سے کئی فائدے ہیں۔ عوام ایک دوسرے کو جان سکتی ہے۔ لوگ ایک دوسرے سے تبادلہ خیالات کے ذریعے اپنے معلومات میں اضافہ کرسکتے ہیں۔

بہتر بنیں Get Better

لوگوں سے خیالات کے شیئرنگ اور گفت وشنید سے خود کو معلومات سے آراستہ کیا جاسکتا ہے، لوگوں کو بھی معلومات فراہم کی جاسکتی ہیں۔ کبھی بھی کوئی بھی واحد خیال اصل نہیں ہوتا، اکثر و بیشتر قدرتی یا فطری طور پر متبادل ہوتے ہیں۔ خیالات کے تبادلے خوشگوار اور پُرامن ماحول کے پیدا کرنے اور ورکنگ اسٹیشن پر اپنی ذمہ داریاں بخوبی نبھانے میں

معاون ومددگار ثابت ہوئے ہیں۔
ورکنگ اسٹیشنز پر مہارتوں کے اشتراک اور شیئرنگ سے خود کو اور دوسروں کو اعلیٰ درجہ کے ماہر بنایا جا سکتا ہے۔

نئے راستوں میں خیالات کا انسلاک Connecting Ideas in New Ways

کوئی بھی فرد اپنے خیالات میں کامل نہیں ہوتا۔ کام کے دوران ہر فرد خود کو آشکار کرتا ہے وہ بھی ایسے جیسے کہ وہ کبھی آشکار نہیں ہوا تھا۔ لوگوں سے خیالات کے شیئرنگ کے ذریعہ نئے نئے خیالات وتجربات کھل کر سامنے آنے لگتے ہیں۔
یہ ہرگز ممکن نہیں کہ کوئی ایک ذہن ہر زاویے سے سوچ سکے، ایسی صورت میں ہر فرد کو چاہئے کہ دوسروں کے اشتراک سے عام مقصد کے حصول میں اپنا کردار ادا کریں۔ نوع انسان ایک اشتراکی نوع ہے، بڑے کام انجام دینا اس کا مقصد حیات ہے۔ لیکن انسان کے لئے بغیر اشتراک کے کوئی بھی فعل انجام دینا ناممکن ہے۔
یہ سمجھ لینا کہ یہ خیال صرف میرا ہے، نہ کسی کے کام آ سکا ہے اور نا ہی کوئی بڑے کام کو انجام دے پایا ہے۔

ہم دیتے ہیں ہم لیتے ہیں We give, We receive

باہمی طور پر خیالات کو شیئر کرتے ہوئے کام کریں تو ہر کوئی اس کا اچھا ثمرہ پائے گا۔ بغیر

اس بات کو عام کرے کہ ہم کیا کر رہے ہیں اور سوچ رہے ہیں، دوسروں کو یہ ہرگز ممکن نہیں کہ ان معلومات میں شراکت کریں۔

یہ عمل دوسروں پر بھی پیش آتا ہے۔ اگر کوئی یہ نہیں واضح کرتا کہ وہ کیا سوچ رہا ہے اور کیا کر رہا ہے تو کوئی بھی اس کے اس کام میں شراکت نہیں کر سکتا اور نا ہی کوئی مدد کر سکتا ہے۔

ہم مربوط ہیں We connect

جدید دور میں یہ آسان نہیں ہے کہ کسی سے رابطہ نہ رکھیں اور کسی بھی کام کو آٹومیٹ کریں۔ رابطہ رکھنا ایک انسانی فعل ہے، یہ ممکن نہیں کہ خودکاری سے جڑ جائیں۔ ہم جو بھی رابطے قائم کرتے ہیں وہ خودکار نہیں ہوتے بلکہ جوڑنے پڑتے ہیں جو صرف نالج کے شیئرنگ سے ہی ممکن ہیں، اور اس امر کے بدلے میں بڑے مقاصد حاصل کیے جا سکتے ہیں۔

زیادہ روابط سے کم وقفہ میں زیادہ سے زیادہ کام انجام دے سکتے ہیں۔

تنوع ہی سے ایجادات ممکن ہیں Diversity Innovates

مختلف شعبہ جات سے تعلق رکھنے والے دماغ اجتماعی طور پر کام انجام دیں تو نئی ایجادات جنم لیتی ہیں جو تعجب خیز اور فائدہ بخش ہوتی ہیں۔

خیالات آتے ہیں اور جاتے ہیں Ideas Come & Go

خیالات وہ نہیں ہیں جنہیں ایک جگہ روکا یا منجمد کیا جا سکے اور نا ہی مروّجہ کرینسی ۔ خیالات ہمیشہ عارضی ہوتے ہیں، یہ بھی ممکن ہے کہ ایک جیسے خیالات ایک سے زائد لوگ رکھتے ہوں۔ روابط کافی اہم ہیں۔ لوگوں کو مربوط کرنا گویا کہ خیالات کا ارتباط ہے۔ خیالات کا ارتباط ایجادات کا مبدا ہے اور لوگوں سے مربوط ہونا ہی نئی ایجادات کو زندگی میں لاتا ہے۔

خیالات کو روکے رکھنا کمال نہیں ہے، ان کی اہمیت تب ہی اجاگر ہوتی ہے جب انہیں دوسروں سے شیئر کرتے ہیں۔ ہر کسی کو کھلے طور پر کام کرنا چاہئے کیونکہ تنگ نظریات خیالات کو روک دیتے ہیں۔

اسی طرح اپنے ادارے کو بھی وسعت دیں اور تنگ دیواروں سے باہر لائیں۔ کبھی بھی صرف اپنے ادارے تک ہی معلومات کو محدود نہ کریں، یہ نہ سوچیں کے خیالات صرف آپ کے ادارے کے لئے بنے ہیں۔ جب آپ خود کو وسیع بنائیں گے اور ساری دنیا کے ساتھ اپنے خیالات کو شیئر کریں گے تب یہ آپ کے معلومات میں اضافہ ہونے اور آپ کی ترقی کا ضامن ہوگا۔

عالمی سطح کے روابط آپ کو ہمہ جہتی کے میدان میں لے جاتے ہیں جو ہر کسی کی ضرورت ہے۔ خیالات آتے ہیں اور چلے جاتے ہیں مگر جن روابط کو آپ نے قائم کیا ان کا کوئی متبادل نہیں ہو سکتا اور آپ ہرگز ناکامیاب نہیں رہیں گے۔

Sharing Ideas

Sharing ideas and experiences is an important way of introducing each other to new concepts and regularly bringing people together to network, exchange ideas, chat, and catch up.

Advantages;

There are many benefits from sharing ideas at work. People know and learn public knowledge from others and get benefitted.

Get Better

Every time sharing ideas with others and have a discussion with them we get better. There is no single ideas is original, all the ideas are exchanged naturally. Exchange of ideas gives a better and harmonious atmosphere and the jobs are done well. Collaborating and sharing more skills at jobs bring us a higher level of expertise.

Connecting Ideas in New Ways

One person can never have an idea that's perfect. By sharing our ideas at work we are exposed to a side we may have never thought of before. New and better things come out of sharing ideas with others.

There's no way one brain can think of every angle, so everybody has to cooperate and work together to reach a common larger goal. The human race is a cooperative race and it allowed us to do great things.

Sitting on an idea like you own it has never helped anybody meet a greater goal.

We Give, We Receive

By sharing ideas and working together, everyone involved benefits and receives a bit back. Without making it known what we're doing and thinking, it's impossible for others to contribute to that knowledge.

The same goes for everyone else. If nobody makes it known what they're working on and what they're thinking, one won't be able to contribute to their work!

We Connect

Modern work that isn't easy to automate is all based off of connections. Connecting is uniquely human and can't be automated or taken away. The connections we make come through sharing knowledge and what we're working on, those connections in return allow us to do bigger things.

The more connections we make the more we can do in a shorter amount of time.

Diversity Innovates

The more minds that come together and from all different backgrounds, the better off we are able to come up with new and wonderful things.

Ideas Come & Go

Ideas are never something we want to hold like we own them, they aren't currency. Ideas are temporary and others will have the same ideas anyway. Connections are more important. Connecting with people and connecting of ideas. Connecting ideas is where innovation comes from, and connecting with people makes those innovations come to life.

Ideas aren't important to hold on to, their only importance is in sharing them with others. Make yourself open and share with others.

Expand beyond your organizations walls too. Never share only within your organization and never feel limited to the diversity it has to offer. The more you open up to the entire world and share with those across the globe, the more you'll learn and grow.

Global connections introduce that diversity of ideas everyone needs. Ideas come and go but the diverse connections you can make globally cannot be replaced and will not fail you.

Chapter - 7

طبی معلومات کو اخذ کرنا اور ان کی زخیرہ سازی

Acquisition of Medical Information

ٹیکسٹ بک، ریفرنس بک، ریسرچ پیپرز، ریویو پیپرس، ڈرگ انڈکسیز، الیکٹرانک میڈیا، اوران پر اعتمادیت (بھروسہ مندی)

کسی بھی شعبہ تعلیم میں یہ ضروری ہے کہ مطالعہ، تحقیق اور پریزنٹیشن کے لئے وسائل کی صورت میں انفارمیشن کو حاصل کیا جائے۔ٹھیک اسی طرح طب میں بھی یہ ضروری ہے کہ وسائل کو مواد کی صورت میں یکجا کیا جائے جس کے ماتحت انفارمیشن میں اپڈیٹ رہیں اور مواصلات کے میدان میں خود کفیل بن سکیں۔

- ☆ درسی کتب یا ٹیکسٹ بک Text Book
- ☆ حوالہ جاتی کتب یا ریفرنس کتب Reference Book
- ☆ تحقیقی مقالے یا ریسرچ پیپرس Research Papers
- ☆ ریویو پیپرس Review Papers

☆ فہرست ادویات یا ڈرگ انڈیکس Drug Indexes

☆ الیکٹرانک میڈیا، اقسام اور اعتماد Electronic Media, Types & Reliability

طب کے پیشے میں، جو بھی معلومات حاصل ہوئے یا کئے گئے ہوں، انہیں تجزیہ کرنے اور محسوب کرنے کے لئے، ہر طبیب کے پاس اپنا ایک گھریلو کتب خانہ ہونا ضروری ہے۔ ساتھ ساتھ آن لائن ڈیجیٹل کتب خانوں، بروشرز، مینیول، جرنل، ڈرگ انڈیکس ودیگر وسائل سے رابطہ ہونا سخت ضروری ہے۔ ساتھ ساتھ یہ بھی ضروری ہے کہ معلومات حسب حاضر اور اپڈیٹیڈ ہوں۔

اس کے ساتھ ساتھ ڈاکٹر کو چاہئے کہ جدید تحقیقات کے متعلق معلومات سے سرشار ہوں۔ وزارت صحت، محکمہ صحت و خاندانی بہبود، بین الاقوامی ادارہ صحت، قومی و بین الاقوامی سطح کے صحت پروگرام جیسے پولیو ویکسینیشن، اینٹی ملیریل ڈرائیو وغیرہ سے بھی آگاہ ہوں

Acquisition of Medical Information:

Text-book, Reference Book, Research Papers, Review Papers, Drug Indexes,

Electronic Media: Types, Reliability.

In any branch of faculty, it is necessary to acquire information to make a source of study, research and presentation. Likewise in Medicine too, it is very important to see the source and resourceful material and have to acquire for getting information and keeping oneself updated.

* Text Books
* Reference Books
* Research Papers
* Review Papers
* Drug Indexes
* Electronic Media, types and reliability

To analyze and assess the information one got regarding their medical profession, one has to have their own home library, access to online digital libraries, Brochures, manuals, journals, drug indexes with updated information.

Apart a medical professional should have knowledge of day to day research, Ministry of Health, Research Organizations, World Health Organization, International and National level important Health Programs, like Polio Vaccination, Anti Malarial Drive etc.,

ڈرگ انڈیکس کیا ہے؟ What is Drug Index?

ڈرگ انڈیکس یا ادویات کی فہرست (دواؤں کی لسٹ)

عالمی ادارہ انٹرنیشنل ڈسپینسری اسوسی ایشن جو کہ عالمی ادارہ صحت سے منسلک ہے اور اسی کے ماتحت کام کرتا ہے۔ اس کی ذمہ داری یہ ہے کہ ڈرگ انڈیکس تیار کرے۔ اس کی جانب سے عالمی سطح کی ڈرگ انڈیکس تیار کی جاتی ہیں۔

مختلف کمپنیاں بھی دوائیاں تیار کرتی ہیں۔ اس کے متعلق جانکاری فراہم کرنے والی ڈائریکٹری یا فہرست ہی ڈرگ انڈیکس ہے۔

اس ڈرگ انڈیکس کی خصوصیات:

اس ڈرگ انڈیکس کی تیاری یا ترتیب دینے میں مندرجہ ذیل کے فیچرس مدنظر رکھے جاتے ہیں۔

☆ متعلقہ نیشنل ڈرگ پالیسیس National Drug Policies

☆ ضروری ادویات تک دستیابی Access to Essential Drugs

☆ سپلائی سسٹم Supply system

☆ ریشنل طور پر ادویات کا استعمال Rational Use of Drugs

☆ معیاری یقین دہانی Quality Assurance

☆ صحیح توازن کی تلاش Finding the right balance

☆ آئی ڈی اے اور اہم ادویات کا تصور IDA and the Concept of Essential Drugs.

عام خصوصیات General Highlights

ڈرگ انڈیکس یا ڈرگ ڈائریکٹری کی خصوصیات؛

- ☆ مینوفیکچرر، ڈسٹریبیوٹرز، ڈرگس Manufacturer, Distributors, Drugs
- ☆ فیچرڈ کمپنی، کمپنی پروفائل Featured Company, Company Profile
- ☆ ڈرگ کمپیریزن Drug Comparison
- ☆ ڈرگ جینرک Drug Generic
- ☆ ڈرگ برینڈ Drug Brand
- ☆ ایمرجنسی ڈرگس: ایمرجنسی میں ڈرگ کا استعمال Emergency Drug
- ☆ پروڈکٹ ایڈوائزر Product Advisor
- ☆ ٹیکنیکل آرٹیکلز Technical Articles
- ☆ ڈرگس پریویو Drugs Preview

ڈرگ انڈیکس کے اقسام Drug Index Types

ڈرگ انڈیکس اور ڈرگ ڈائرکٹریز کے اقسام

- ☆ مینیول انڈیکس Manual Index
- ☆ ہینڈ بک Hand Book
- ☆ ڈائریکٹری Directory

☆ ڈیجیٹل انڈیکس Digital Index

☆ آنلائن انڈیکس Online Index

☆ کمپنی پروڈکٹس انڈیکس Company Products Index

☆ ڈرگ انفارمیشن پورٹلز Drug Information Portals

☆ وزارت سے بین کئے گئے ڈرگس اوران کی فہرست List of banned Drugs

☆ ڈرگ پریویو Drugs Preview

☆ ڈرگ انفارمیشن سائٹس، بلاگس اور فورم

Drug Information Sites, Blogs & Forums

What is Drug Index

Drug Index is an Index Prepared by International Dispensary Association (IDA) Drug Index is a one-stop solution to find Drug Manufacturers, Distributors and the List of Drugs in the field of Clinical Practices. It also highlights brief information of the manufacturer, list of Drugs Manufactured, mailing address and contact person information.

Features of Drug Index

The Drug Index has the common features or prepared based on

- National Drug Policies
- Access to Essential Drugs
- Supply system
- Rational Use of Drugs
- Quality Assurance

* Finding the right balance
* IDA and the Concept of Essential Drugs.

General Highlights

The General Highlights of the Drug Index or Drug Directory are;

* Manufacturer, Distributors, Drugs
* Featured Company, Company Profile
* Drug Comparison
* Drug Generic
* Drug Brand
* Emergency Drugs : Drugs Used In Emergency
* Product Advisor
* Technical Articles
* Drugs Preview

Drug Index Types

Types of the Drug Index or Drug Directory are;

* Manual Index
* Hand Book
* Directory
* Digital Index
* Online Index
* Company Products Index
* Drug Information Portals
* List of banned drugs by the Ministry
* Drugs Preview
* Drug Information sites, blogs and forums

الیکٹرانک میڈیا: اقسام اور اعتمادیت

Electronic media types & reliability

میڈیا انسانی زندگی کا اہم حصہ بن گیا ہے۔ یہ میڈیا پچھلے ادوار میں مختلف صورتوں میں رہا۔

لیکن جدید دور میں اس کے دو اہم زمرے ہیں۔

۱۔ پرنٹ میڈیا Print Media

۲۔ الیکٹرانک میڈیا Electronic Media

پرنٹ میڈیا ایک اسٹاٹک میڈیا Static Media (جامد میڈیا) ہے جو عوام تک اشاعت کے ذریعے پہنچتا ہے، جس کی بہترین مثال اخبار ہے۔

الیکٹرانک میڈیا ایک ڈائنامک میڈیا Dynamic Media (متحرک میڈیا) ہے جو عوام تک بذریعے نشریات، ٹیلی کاسٹنگ اور آن لائن پبلکیشن کے ذریعے پہنچتا ہے۔ یہ میڈیا اپنے مواد یا کانٹینٹ (Content) کو سامعین اور ناظرین تک الیکٹرانکس کے ذریعے پہنچاتا ہے اس لئے یہ الیکٹرانک میڈیا کے نام سے جانا جاتا ہے۔

بنیادی الیکٹرانک میڈیا جو مقبول عام ہیں۔

۱۔ ویڈیو ریکارڈنگ Video Recording

۲۔ آڈیو ریکارڈنگ Audio Recording

۳۔ ملٹی میڈیا پریزنٹیشن Multimedia Presentation

۴۔ سلائیڈ پریزنٹیشن Slide Presentation

۵۔ سی ڈی روم اور آن لائن کانٹنٹ CD ROM & Online Content

موجودہ میڈیا بصورت ڈیجیٹل میڈیا Digital Media ہے۔جو الیکٹرانک میڈیا Analogue اور Digital الیکٹرانک ڈیٹا کی صورت میں پایا جاتا ہے۔
الیکٹرانک میڈیا کا انسلاک اسٹوریج میڈیم (Storage Medium) پر ریکارڈیڈ کانٹنٹ (Recorded content) کی شکل میں رہتا ہے۔لیکن لائیو بروڈ کاسٹنگ (Live Broadcasting) اور آن لائن نیٹورکنگ (Online networking) کے لئے ریکارڈنگ کی ضرورت نہیں ہوتی۔
الیکٹرانک کمیونکیشن پروسیس میں استعمال شدہ اشیاء مثلاً ٹیلی ویژن، ریڈیو، ٹیلی فون، کمپیوٹر، گیم کنسول (Game consol)، ہینڈ ہیلڈ ڈیوائس (Hand held devise) و دیگر آلات کو بھی الیکٹرانک میڈیا مانا جاتا ہے۔

Electronic media types & reliability

Media had been an integral part of human life. It might have in many forms in the olden days.

Now a day the media are two kinds

1. Print Media
2. Electronic media

Print media is a static media and reach to the public through publication, example News Paper.

Electronic media is a dynamic media and reach to the public through broadcasting, telecasting and online publication. It provides access of the content to the audience through electronics; hence it is called as Electronic Media.

The primary electronic media sources familiar to the general public are;

1. Video recordings
2. Audio recordings
3. Multimedia presentations
4. Slide presentations
.5. CD-ROM and online content.

Current Media form is of digital media. Electronic media may be in either analogue or digital electronic data format.

Although the term is usually associated with content recorded on a storage medium, recordings are not required for live broadcasting and online networking.

Any equipment used in the electronic communication process (e.g. television, radio, telephone, desktop computer, game console, handheld device) may also be considered electronic media.

ریسرچ پیپر اور ریویو پیپر

Research Paper and Review Paper

ریسرچ پیپر کو اصلی تحقیقی مقالہ بھی کہتے ہیں، یہ بنیادی طور پر ایک پرائمری سورس مانا جاتا ہے۔ اس میں مصنف ذاتی طور پر خام ڈیٹا جمع کرتا اس کا تجزیہ کرتا اور تحقیق کے حقائق تک نتیجتاً پہنچتا ہے۔ ریسرچ پیپر بنیادی طور پر اصلی تحقیق ہے جسے ایک فرد یا ٹیم یا ادارہ تحقیق کرتا ہے۔ تحقیق کا طریق آپ کے میدان اور موضوع پر منحصر ہے (Experiments, survey, interview, questionnaire etc.) لیکن مصنف کو چاہئے کہ خام ڈیٹا کی ذخیرہ سازی کرلیں، تجزیہ کاری کرلیں اور پھر اصلی تحقیق شروع کریں۔ ریسرچ پیپر اسی تجزیہ کاری اور ڈیٹا کی تشریح کاری پر مبنی ہوتا ہے۔ دوسرے الفاظ میں ریسرچ پیپر ایک نئی تخلیق ہے۔

ریویو آرٹیکل Review Article

کسی عنوان پر شائع شدہ آرٹیکل کا تنقیدی خلاصہ ہی ریویو آرٹیکل ہے۔ اس طرح یہ ثانوی وسیلہ یا ذریعہ ہے۔ ایک ریویو آرٹیکل یا ریویو پیپر ہمیشہ دیگر شائع شدہ آرٹیکل پر منحصر ہوتا ہے۔ یہ اصلی تحقیق کی رپورٹنگ نہیں کرتا۔ بلکہ شائع شدہ مضمون کا جائزہ ہوتا ہے۔

ریویو آرٹیکلز کے تین اقسام ہیں:

۱۔ بیانیہ جائزہ (Narrative Review) اس بات کی وضاحت کرتا ہے کہ

کسی عنوان پر موجودہ معلومات مکمل طور پر اس عنوان پر شائع شدہ تحقیقی مواد سے ہی ماخوذ ہیں۔

۲۔ ایک منظم جائزہ مطلوبہ سوال کا جواب مذکورہ عنوان میں موجود سائنٹفک ادب ہی میں تلاش کرتا ہے۔

۳۔ میٹا انالسس شائع شدہ مضامین کا موازنہ کرتا ہے اور معلومات کو یکجا کرتا ہے، جس سے مواد کی تاثیر کا جائزہ لے سکیں۔

A Research Paper:

A research paper, also called an original research article, is a primary source, that is, the authors themselves should have collected the raw data and analyzed it to arrive at the results of his research. A research paper is based on original research by the researcher whether individual or a team or organization. The kind of research may vary depending on your field or the topic (experiments, survey, interview, questionnaire, etc.), but authors need to collect and analyze raw data and conduct an original study. The research paper will be based on the analysis and Interpretation The research paper is new creation. of this data. In other words the research paper is new creation.

Review Article:

A review article is a critical summary of the existing published articles on the topic. Thus, a review article is a secondary source. A review article or review paper is based on other published articles. It does not report original research

Review articles can be of three kinds:

* A narrative review explains the existing knowledge on a topic based on all the published research available on the topic.

* A systematic review searches for the answer to a particular question in the existing scientific literature on a topic.

* A meta-analysis compares and combines the findings of previously published studies, usually to assess the effectiveness of an intervention or mode of treatment.

ٹیکسٹ بک: ہندوستان میں ٹیکسٹ بک اور انگلستان میں اسے کورس بک
کہا جاتا ہے۔ برصغیر کے اردو حلقے میں اسے درسی کتاب بھی کہا جاتا ہے۔
زبان کی درس وتدریس میں اس کتاب کو 'ریڈر' بھی کہا جاتا ہے۔ ٹیکسٹ بک
ایسی تدریسی مینیول آف انسٹرکشن (Manual of Instruction) ہے
جو کسی بھی شعبہ میں استعمال کی جاتی ہے۔ ٹیکسٹ بکس کی ترتیب درسگاہوں
کے مطالبہ پر ترتیب دی جاتی ہیں۔ اعلیٰ تعلیم میں ٹیکسٹ بکس و دیگر کتب کا
استعمال کیا جاتا ہے، جب کہ اسکولوں میں اسکول بکس یا ٹیکسٹ بکس کا استعمال عام
ہے۔ اکثر ٹیکسٹ بکس شائع شدہ یا پرنٹ شدہ شکل میں دستیاب ہوتے ہیں، لیکن دور
حاضر میں الیکٹرانک بکس یا ای بکس کی شکل میں دستیاب ہیں جو پی ڈی ایف فارمیٹ
میں ہوتے ہیں۔

اعلیٰ تعلیم میں خاص طور پر تعلیم طب میں بھی اصطلاح ٹیکسٹ بک مختلف شعبہ جات میں ایک مینیول آف انسٹرکشن ہے۔ بالخصوص متعلقہ بورڈ یا یونیورسٹی کی جانب سے پرسکرائب کی گئی ہوں اور پروفیسروں سے درس وتدریس کے لئے منتخب کی گئی ہوں، یا پھر جامع طور پر شعبہ سے ترتیب دی گئی ہوں۔ جن کا مقصد ہوتا ہے کہ مؤثر انداز سے درس و تدریس کے ساتھ ساتھ تربیت دی جاسکے۔ ماثر طریقے سے تصور اور مفہوم کو سمجھا جاسکے، نیز منطق کی بنیاد پر تدریسی ارتقا بتدریج ہو سکے۔

ریفرینس بکس Reference Books

حوالہ جاتی کتاب ریفرینس بک ،پیریاڈیکل(Periodical) یا معلوماتی کتاب ہے جو مفید حقائق سے آراستہ ہو، خاص طور سے معلومات منظم طریقے سے ترتیب دئے گئے ہوں۔ حسب ضرورت آسانی سے حوالوں کے ساتھ معلومات دستیاب ہوں۔ حوالہ جات اکثر معلومات کے وہ ٹکڑے ہیں جن کو حسب ضرورت دیکھا اور پڑھا جائے۔ ایسا نہیں کہ ایک حوالے کے لئے کتاب کو شروع سے آخر تک پڑھنے کی نوبت ہو۔ ان حوالہ جاتی کتب میں تحریری طریقہ معلومات کو فراہم کرنا ہے۔ ہر کورس کے درس وتدریس میں یہ کتابیں ٹیکسٹ بکس کے ساتھ معاون و مددگار ہیں۔ متعلقہ شعبہ کی سفارشات اور مشوروں پر وسیع پیمانے پر مطالعہ کی مطلوبہ کتابیں ہی ریفرنس بکس ہیں۔

TEXT BOOK

A textbook (Indian English) or course book (UK English) a Reader (in teaching Language) is a manual of instruction in any branch of study. Textbooks are produced according to the demands of educational institutions. Textbooks and other books are used in higher studies, schools books or text books are used in schools. Most of textbooks are published in printed format; many are now available as online electronic books or e-books in pdf format.

In Higher Education such as the field of Study of Medicine the term Text book is also refer to a manual of instruction in the particular branch of study, that too prescribed by the concerned board or the authority or textbooks are chosen by the professor teaching the course, or by the department as a whole applied effective teaching based on the natural gradual growth from simple to more comprehensive concepts, supported lifelong learning and development of logical thinking.

Reference books:

A reference book is a book or periodical or a book of information with useful facts and specially organized information to which one can refer for the required information. The information is intended to be found quickly when needed. Reference works are usually referred to for particular pieces of information, rather than read beginning to end. The writing style used in these works is informative. The reference books are the supportive books for the course of study with the text books. These may be suggested by the department for the purpose of study or broader study.

دیگر مفید عنوانات

عالمی ادارہ صحت World Health Organization

☆ عالمی ادارہ صحت ایک بین الاقوامی ادارہ ہے جو عالمی سطح پر عوام کی صحت کے متعلق فعال رہتا ہے۔

☆ یہ ادارہ اقوام متحدہ کا ایک مخصوص ادارہ ہے۔

☆ اس کا قیام 7 اپریل 1948ء کو ہوا، اس کا صدر مقام ملک سویزرلینڈ کے شہر جنیوا میں ہے۔

☆ یہ ادارہ، یونائیٹڈ نیشنز ڈیولپمنٹ گروپ کا رکن ہے۔

☆ ماضی میں لیگ آف نیشنز کا رکن ہیلتھ آرگانائزیشن رہ چکا ہے۔

☆ 22 جولائی 1946 کو 61 ممالک پر مشتمل عالمی ادارہ صحت کا دستور بنا اور اس کی پہلی میٹنگ 24 جولائی 1946 کو منعقد ہوئی، اور وہاں یہ ادارہ رو بعمل آیا۔

☆ یہ ادارہ آفیس انٹرنیشنل پبلک ہائجین اور لیگ آف نیشنز ہیلتھ آرگانائزیشن سے منسلک ہے۔

☆ اس کے قیام کے بعد اسہال یا کس کی روک تھام کے اقدامات کیے گئے جس میں بڑی حد تک کامیابی بھی ملی۔

☆ اس کے موجودہ اہم کاموں میں کمیونیکابل ڈیزیز (Communicable diseases)، خاص طور پر ایچ آئی وی/ایڈس، ایبولا، ملیریا اور دق ہیں۔

☆ غیر متعدی بیماریوں کے میٹیگیشن (Mitigation) تاثیرات، جنسی اور ریپروڈکٹیو ہیلتھ، ترقی اور درازی عمر وغیرہ۔

☆ تغذیہ، غذا کا تحفظ، صحتمند کھانا، ملازمتی صحت، غذا کی فضولی، رپورٹنگ، اشاعت اور مینٹورنگ کی ترقی کے اقدام۔

☆ عالمی ادارہ صحت ان باتوں کا ذمہ دار ہے 1۔ عالمی صحتی رپورٹس، 2) بین الاقوامی صحت پر اشاعت، 3) عالمی صحتی سروے جیسے کام انجام دینے کے لیے۔ اور 4) سالانہ عالمی یوم صحت ہر سال 7 اپریل کو منانا۔

☆ عالمی ادارہ صحت کے موجودہ صدر مارگاریٹ چان (Margaret Chan) ہیں۔

☆ عالمی ادارہ صحت کا بجٹ برائے سال 2014 اور 2015، میں 4 بلین امریکی ڈالر رہا ہے۔ تقریباً 930 ملین امریکی ڈالر اراکین ممالک کا تعاون، تو 3 بلین امریکی ڈالر بذریعے رضا کارانہ تعاون و چندہ قرار دیا گیا۔

☆ موجودہ پروگرام میزلز اور روبیلا ویکسینیشن ہے۔ موجودہ دنوں میں ہندوستانی سرکار بھی اس ویکسینیشن کی مہم قومی سطح پر چلا رہی ہے۔

World Health Organization

- The World Health Organization (WHO) is an International Organization concerned with and working for Public Health globally.

- It is a specialized agency of the United Nations.

- It was established on 7 April 1948, headquartered in Geneva, Switzerland.

- The WHO is a member of the United Nations Development Group.

- Its predecessor, the Health Organization, was an agency of the League of Nations.

- The constitution of the World Health Organization had been signed by 61 countries on 22 July 1946, with the first meeting of the World Health Assembly finishing on 24 July 1948.

- It incorporated the Office international Public Hygiene and the League of Nations Health Organization.

- Since its creation, it has played a leading role in the adication of smallpox.

- Its current priorities include communicable diseases, in particular HIV/AIDS, Ebola, malaria and tuberculosis;

- The mitigation of the effects of non-communicable diseases; sexual and reproductive health, development, and aging;

• Nutrition, food security and healthy eating; occupational health; substance abuse; and driving the development of reporting, publications, and networking.

• The WHO is responsible for the World Health Report, a leading international publication on health, the worldwide World Health Survey, and World Health Day (7 April of every year).

• The head of WHO is Margaret Chan.

• The 2014/2015 proposed budget of the WHO is about US$4 billion. About US$930 million are to be provided by member states with a further US$3 billion to be from voluntary contributions.

• The current program is on Measles and Rubella Vaccination. In the recent days Indian government has taken up this program at national level.

آیوش

(آیوریود، یوگا اور نیچروپیتھی، یونانی، سِدھا اور ہومیوپیتھ)

AYUSH

آیوش کیا ہے؟

بھارت سرکار کا شعبہ منسٹری آف ہیلتھ اینڈ فیملی ویلفیر کی طرح ایک منفرد وزارتِ صحت ہے۔

وزارت آیوش 9 نومبر 2014 کو قیام پذیر ہوا۔ جس کا مقصد تحفظ صحت کے طریقہ کار کو تشہیر کرنا ہے۔

ماضی میں اس کا نام: ڈپارٹمنٹ آف انڈین سسٹم آف میڈیسن اینڈ ہومیوپیتھی (ISM&H) رہا ہے۔ جس کی تشکیل مارچ 1995 میں ہوئی تھی۔

موجودہ تاریخ

فی الحال اس کو شعبہ آیورویدا، یوگا اور نیچروپیتھی، یونانی، سِدھا اور ہومیوپیتھی سے موسوم کیا گیا ہے۔

اس کے زیر نگرانی ذیل کے ادارے ہیں۔

☆ ریسرچ کونسلز Research Councils

☆ سٹیچوٹری کونسلس فار ریگولیشن آف ایجوکیشن اینڈ پریکٹیس

Statutory Councils for Regulation of Education and Practice

☆ لیبوریٹریز Laboratories

☆ نیشنل انسٹی ٹیوٹ National Institute

☆ ڈرگ مینوفیکچرنگ یونٹ Drug Manufacturing Unit

☆ سی سی آر یو ایم: (سینٹرل کونسل فار ریسرچ ان یونانی میڈیسن) یہ ایک ریسرچ کونسل ہے۔

☆ سی سی آئی ایم: (سینٹرل کونسل فار انڈین میڈیسن (مرکزی کونسل برائے انڈین میڈیسن)

☆ ین آئی یو ایم: نیشنل انسٹی ٹیوٹ آف یونانی میڈیسن (قومی انسٹیٹیوٹ برائے طب یونانی)

ذیل کے ریسرچ کونسلز فعال ہیں

☆ سینٹرل کونسل فار ریسرچ ان آیورویدک میڈیسن سائنس

Central Council for Research in Ayurvedic Medicine Science

☆ سینٹرل کونسل فار ریسرچ ان یونانی میڈیسن

Central Council for Research in Unani Medicine

☆ سینٹرل کونسل فار ریسرچ ان ہومیوپیتھی میڈیسن

Central Council for Research in Homeopathy Medicine

☆ سینٹرل کونسل فار ریسرچ ان یوگا اینڈ نیچوروپیتھی میڈیسن

Central Council for Research in Yoga & Naturopaty Medicine

☆ فارماکوپئیل لیبوریٹری فار انڈین میڈیسن

Pharmacopoeial Laboratory for Indian Medicine

☆ ہومیوپیتھی فارماکوپئیل لیبوریٹری Homeopathy Pharmacopoeial Laboratory

AYUSH

History of AYUSH

The Ministry of AYUSH was formed on 9th November 2014 to ensure the optimal development and propagation of AYUSH systems of health care.

Earlier name: Department of Indian System of Medicine and Homeopathy (ISM&H) - created in March 1995.

Present AYUSH

Renamed as Department of Ayurveda, Yoga and Naturopathy, Unani, Siddha and Homoeopathy (AYUSH) in November 2003, focusing on Development of Education and Research in Ayurveda,Yoga and Naturopathy, Unani, Siddha and Homoeopathy.

LIST OF ORGANIZATIONS UNDER THE MINISTRY OF AYUSH

- RESEARCH COUNCILS
- STATUTORY COUNCILS FOR REGULATION OF EDUCATION AND PRACTICE

- LABORATORIES
- NATIONAL INSTITUTES
- DRUG MANUFACTURING UNIT

- CCRUM-

Central Council for Research in Unani Medicine (CCRUM)
Jawaharlal Nehru Bhartiya Chikitsa Avum Homoeopathy,

- CCIM

Central Council for Indian Medicine (CCIM),

(STATUTORY COUNCILS FOR REGULATION OF EDUCATION AND PRACTICE)

- NIUM

National Institute of Unani Medicine (NIUM),

Research councils

- Central Council for Research in Ayurvedic Medicine Science (CCRAS)
- Central Council for Research in Siddha Medicine (CCRS)
- Central Council for Research in Unani Medicine (CCRUM)
- Central Council for Research in Homoeopathy Medicine (CCRH)
- Central Council for Research in Yoga and Naturopathy Medicine (CCRYN)
- Pharmacopoeial Laboratory for Indian Medicine (PLIM)
- Homoeopathic Pharmacopoeial Laboratory (HPL)

عالمگیریت، گلوبلائزیشن

Globalization

گلوبلائزیشن یا عالمگیریت کیا ہے؟

گلوبلائزیشن ایک ایسا عمل ہے جس میں بین الاقوامی اتحاد کو بڑھاوا دیا جاتا ہے۔ اس میں عالمی نظریات، اشیاء، خیالات اور ثقافتی امور کو باہمی طور پر متبادل کیا جاتا ہے۔ اس گلوبلائزیشن کے اہم عوامل باہمی انحصار رکھنے والے معاشی اور ثقافتی سرگرمیاں ہیں، جیسے جہاز رانی، مواصلات، انفراسٹرکچر، موبائل اور انٹرنیٹ ٹیکنالوجی وغیرہ۔

ویسے یہ گلوبالائزیشن آج کل کی جدید دین نہیں ہے بلکہ صدیوں سے بنی آدم کے باہمی رواداری کا سلسلہ وار عمل رہا۔ سلاطین کے درمیان، تہذیبوں، تجارتوں، ثقافتوں کے درمیان پایا جانے والا تال میل ہی گلوبالائزیشن ہے۔ یورپی دور کے ایجادات اور دریافت کاری سے پہلے ہی یہ گلوبلائزیشن قوموں میں اور قوموں کے درمیان موجود تھا۔

تاریخی وتہذیبی طور پر دیکھا جائے تو انسان کے دنیا میں مختلف مقامات پر پھیلنے کے عمل کو ہی گلوبالائزیشن کہا جا سکتا ہے۔ جس کے اہم وجوہات میں (۱) محفوظ جگہوں کی تلاش۔ (۲) تجارت (۳) سلطنتوں کی توسیع۔ (۴) مذہب کی ترویج وتبلیغ۔

ان چار عوامل کے ذریعے انسان کا اپنے معاشرے سے نکل کر دوسرے معاشرے میں جانا اور اپنی تہذیب وثقافت کے ساتھ ساتھ تجارت اور اپنے علاقائی اشیاء

کا تعارف کروانا، اپنی ایجادات و دریافتیں دوسروں تک پہنچانا اور ان کو عالمیت کے دائرے میں لانا ہی گلوبالائزیشن مانا جاتا ہے۔

کچھ لوگوں کا یہ بھی ماننا ہے کہ عالمگیریت عالمی خوشحالی ہے تو دوسرے یہ تشریح کرتے ہیں گلوبلائزیشن افراتفری اور انتشار ہے۔

آج عالمگیریت کی اصطلاح کا موجودہ استعمال کسی بھی صورت میں کیوں نہ ہو لیکن ہزاروں سال قبل ہمارے آباواجداد دنیا کے مختلف حصوں میں خواہ وہ براعظم کے ممالک ہوں پھیل گئے اور دنیا کو اپنی تہذیب وثقافت سے آراستہ کیا۔ یہ عمل ایسا ہی ہے جس کو آج گلوبلائزیشن یا عالمگیریت کے نام سے جانا اور پہچانا جاتا ہے۔

Globalization

Globalization is the process of international integration arising from the interchange of world views, products, ideas, and other aspects of culture. Advances in transportation (such as the stream locomotive, steamship, jet engine, and container ships) and in telecommunications infrastructure (including the rise of the telegraph and its modern offspring, the Internet, and mobile phones) have been major factors in globalization, generating further interdependence of economic and cultural activities. Though many scholars place the origins of globalization in modern times, others trace its history long before the European Age of Discovery and voyages to the New World. Some even trace the origins to the third millennium BC. Large-scale globalization began in the 19th century. In the late 19th century and early 20th century, the connectivity of the world's economies and cultures grew very quickly.

The term globalization is very recent, only establishing its current meaning in the 1970s. In 2000, the International Monetary

Fund (IMF) identified four basic aspects of globalization: trade and transactions, capital and investment movements, migration and movement of people, and the dissemination of knowledge.

Further, environmental challenges such as global warming, cross-boundary water and air pollution, and overfishing of the ocean are linked with globalization. Globalizing processes affect and are affected by business and work organization, economics, socio-cultural resources, and the natural environment. Academic literature commonly subdivides globalization into three major areas: economic globalization, cultural globalization, and political globalization.

چند ضروری اصطلاحات

☆	اردو اصطلاح	انگریزی اصطلاح	☆	اردو اصطلاح	انگریزی اصطلاح
☆	مواصلات	Communcate/Convey Communication	☆	ضابطہ (خفیہ حروف)	Code
☆	اطلاع	Communicate	☆	ضابطہ کاری	Encode
☆	مراسلہ	Sending / Report	☆	ضابطہ کشائی، شرح	Decode
☆	ارسال	Send	☆	اشاعت	Publish
☆	مراسلہ نگار	Reporter	☆	نشر	Broadcast
☆	نامہ	Report	☆	زبانی	Verbal
☆	نامہ نگار	Reporter	☆	غیر زبانی یا اشاریہ	Non-Verbal
☆	مُرسِل	Sender	☆	جسم کی نقل و حرکت	Body Language
☆	پیغام	Message	☆	تناؤ	Stress
☆	وصول دہندہ	Receive	☆	مؤثر	Effective
☆	ملف یا تصویر	Image	☆	اثر	Effect
☆	روبرو	Face to face	☆	مہارت	Skill
☆	راست	Direct	☆	اتصال	Connection
☆	بالواسطہ	Indirect			

Suggested Websites for the students

- https://www.nhp.gov.in/ (National Health Portal, India)
- ttps://www.nhp.gov.in/ayush_ms (National Health Portal, AYUSH)
- ttps://www.nhp.gov.in/unani_mty (National Health Portal, Unani)
- http://ayush.gov.in/ (Ministry of AYUSH, India)
- http://ayushportal.nic.in/ (AYUSH Research Portal)
- http://www.who.int/en/ (World Health Organization)
- http://www.ermed.in/ (National Medical Library India, Electronic Resources in Medicine, Ministry of Health and Family Welfare)
- http://www.nml.nic.in/ (National Medical Library)
- https://en.wikipedia.org/wiki/Health_in_India (Wikipedia, Health in India)

References:

- University of Kent Website - www.kent.ac.uk
- Self Awareness Programs - www.selfawareness.org.uk
- Oxford Dictionary
- www.unesco.org
- Wikipedia
- Tutorial Point
- US National Library of Medicine
- Paper Masters